

***Österreichische BiobäuerInnen und ihr
Umgang mit der alltäglichen
Ernährung***

Ernährungsmuster und Beschaffung von Lebensmitteln

Masterarbeit

Name: Susanne Beck
Matrikel: 07 40 189
Email: susannebeck@gmx.at
Adresse: Rohrwiese 18, 2203 Großebersdorf
Tel: 0699/171 308 80

Betreuer: Univ. Prof. Dr. Bernhard Freyer
Mitbetreuer: Univ. Prof. Dr. phil. Erwin Frohmann

Ich versichere:

1. dass ich diese Masterarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe.
2. dass ich diese Masterarbeit bisher weder im In- oder Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

26.11.2012
Datum

Unterschrift

Danksagung

Ein besonderer Dank gilt den zehn Biobäuerinnen und Biobauern, die sich trotz ihres stressigen und arbeitsaufwändigen Alltags dazu bereit erklärt haben, mir für meine Interviews zur Verfügung zu stehen. Sie gewährten mir Einblick in einen doch sehr privaten Bereich ihres alltäglichen Lebens und teilten auch ihre Gedanken, Sorgen und Wünsche für die Zukunft mit mir. Danke für das große Vertrauen, dass mir entgegengebracht wurde.

Danke auch an Herrn Professor Freyer, der mich während der gesamten Arbeit begleitete. Er stand mir immer mit Rat und Tat zur Seite. Gemeinsam mit Herrn Professor Frohmann ermöglichte er es mir, diese Arbeit, dessen Thema mir sehr am Herzen liegt, zu schreiben.

Meiner Familie möchte ich auch danken. Danke dafür, dass ihr mich in all meinen Entscheidungen unterstützt und hinter mir steht. Ihr habt mich durch eure Liebe und Geduld zu dem Menschen gemacht, der ich heute bin.

Danke auch an meine StudienkollegInnen, die mit mir gemeinsam diesen ersten Schritt in die berufliche Zukunft gegangen sind. Ohne euch wäre das Studium nur halb so spannend gewesen.

Zuletzt möchte ich auch noch meinem Freund danken, der mich durch seinen Beruf auf die Idee zu dieser Arbeit gebracht hat. Danke auch für die Geduld und die aufbauenden Worte, wenn ich gerade in einer schwierigen Phase der Arbeit steckte. Deine Unterstützung trägt wesentlich zum Ergebnis dieser Arbeit bei.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Hintergrund	1
1.2	Motivation	2
1.3	Problemstellung	2
2	Literatur	3
2.1	Thematischer Bezug	3
2.1.1	Biologische Lebensmittel	3
2.1.2	Definition einer nachhaltigen Ernährung im Allgemeinen	3
2.1.3	Definition einer nachhaltigen Ernährung nach Koerber	4
2.1.4	Ökologischer Fußabdruck	5
2.1.5	Maßnahmen zur Reduktion des persönlichen Fußabdrucks	8
2.1.6	Definition des Begriffes Konsum	8
2.1.7	Nachhaltig einkaufen	9
2.1.8	Kennzeichnung von Bioprodukten	10
2.1.8.1	Der „Bio-Hinweis“	11
2.1.8.2	Bio-Erkennungszeichen	11
2.1.8.3	Qualitätsvorteile biologischer Lebensmittel?	12
2.1.8.4	Inhaltstoffe von Bioprodukten	16
2.1.9	Der höhere Preis von Biolebensmitteln	16
2.1.9.1	Die Produktionskosten	17
2.1.9.2	Die Verarbeitungskosten	17
2.1.9.3	Die Vertriebskosten	17
2.1.9.4	Die Kontrollkosten	17
2.1.9.5	Die verborgenen Folgekosten	18
2.1.9.6	Tipps der BIO AUSTRIA für einen kostengünstigen Bioeinkauf	18
2.1.10	Ernährungskompetenz	18
2.1.11	Konsumpraktiken	20
2.2	Theorien	21
2.2.1	Klufthypothese	21
2.2.2	Lebensstile	23
2.2.2.1	Lebensstile nach dem ISOE	23
2.2.2.1.1	Die ganzheitlich Überzeugten	24
2.2.2.1.2	Die arrivierten Anspruchsvollen	24
2.2.2.1.3	Die 50+ Gesundheitsorientierten	24
2.2.2.1.4	Die distanziert Skeptischen	25
2.2.2.1.5	Die jungen Unentschiedenen	25
2.2.2.2	Sinus-Milieus in Österreich	25
2.2.2.3	Versuch der Einordnung der ISOE-Lebensstiltypen in die Sinus-Milieus von Österreich	26
2.2.3	Ernährungsstile	28
2.2.4	Ernährungsstile nach dem ISOE	29
2.2.4.1	Die Desinteressierten Fast Fooder	30
2.2.4.2	Die Billig- und Fleisch-Esser	30
2.2.4.3	Die freudlosen Gewohnheitsköchinnen und -köche	30
2.2.4.4	Die fitnessorientierten Ambitionierten	30
2.2.4.5	Die gestressten Alltagsmanagerinnen	31
2.2.4.6	Die konventionellen Gesundheitsorientierten	31
2.2.4.7	Die ernährungsbewussten Anspruchsvollen	31
2.2.5	Konsumstile	31
2.2.6	Konsumstile nach dem ISOE	32
2.2.6.1	Die Umweltorientierten	33
2.2.6.1.1	Die durchorganisierten Ökofamilien	33
2.2.6.1.2	Die Alltags-Kreativen	33
2.2.6.2	Die Überforderten	33
2.2.6.2.1	Die jungen Desinteressierten	33
2.2.6.2.2	Die Konsum-Genervten	33
2.2.6.2.3	Die schlecht-gestellten Überforderten	34
2.2.6.3	Die Traditionellen	34
2.2.6.3.1	Die Ländlich-Traditionellen	34
2.2.6.3.2	Die unauffälligen Familien	34
2.2.6.3.3	Die aktiven Seniorinnen und Senioren	34

2.2.6.4	Die Privilegierten	34
2.2.6.4.1	Die jungen Berufsorientierten	34
2.2.6.4.2	Die Statusorientierten Privilegierten	35
2.2.7	Lebensstile und Geschmacksausprägungen nach Bourdieu	35
2.2.8	Umlegung der Bourdieu' schen Theorie auf die heutige Zeit	36
3	Forschungsrahmen	37
3.1	<i>Zielsetzung</i>	37
3.2	<i>Fragestellungen</i>	37
3.3	<i>Theorien und Hypothesen</i>	38
4	Methoden	39
4.1	<i>Literaturrecherche</i>	39
4.2	<i>Qualitative Sozialforschung</i>	40
4.3	<i>Auswahl der Interviewteilernehmerinnen und -teilernehmer / Sampling</i>	40
4.4	<i>Aufbau des Interviewleitfadens</i>	41
4.5	<i>Ablauf der Interviews und Aufzeichnung</i>	42
4.6	<i>Transkription</i>	43
4.7	<i>Beginn der Analyse – Kodierung</i>	43
4.8	<i>Globalauswertung nach Legewie</i>	44
5	Ergebnisse	45
5.1	<i>Kurzbeschreibung der Interviewteilernehmerinnen und Interviewteilernehmer</i>	45
5.1.1	Familie Wiesinger	46
5.1.2	Familie Ebner	46
5.1.3	Familie Z.	47
5.1.4	Frau Hofbauer	47
5.1.5	Familie S.	47
5.1.6	Familie Lahner	48
5.1.7	Herr G.	48
5.1.8	Familie Dungal	49
5.1.9	Familie H.	49
5.1.10	Familie Strobl	50
5.2	<i>Prüfung anhand der Globalauswertung</i>	50
5.3	<i>Auswertung des Interviewmaterials</i>	51
5.3.1	Die Verwendung von Biolebensmitteln	51
5.3.2	Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln	52
5.3.3	Regionalität	54
5.3.4	Saisonalität	56
5.3.5	Ernährungsaufgabe	57
5.3.6	Bevorzugung bestimmter Produktgruppen in Bioqualität	58
5.3.7	Bezugsquelle von Lebensmitteln	59
5.3.8	Einkaufsverhalten	61
5.3.9	Kochverhalten	62
5.3.10	Bio im Alltag	63
5.3.11	Sonstige im Laufe der Interviews aufgetretene Themen im Zusammenhang mit dem Konsum von Bioprodukten	64
6	Diskussion	66
6.1	<i>Die Verwendung von Biolebensmitteln</i>	66
6.2	<i>Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln</i>	66
6.3	<i>Regionalität und Saisonalität</i>	67
6.4	<i>Ernährungsaufgabe</i>	68
6.5	<i>Bevorzugung bestimmter Produktgruppen in Bioqualität</i>	69
6.6	<i>Bezugsquelle von Lebensmitteln</i>	69
6.7	<i>Einkaufsverhalten</i>	71
6.8	<i>Kochverhalten</i>	71
6.9	<i>Bio im Alltag</i>	72
6.10	<i>Klufthypothese</i>	73
6.11	<i>Lebensstile</i>	75
6.12	<i>Ernährungsstile</i>	76
6.13	<i>Konsumstile</i>	77

6.14	<i>Lebensstile und Geschmacksausprägungen nach Bourdieu</i>	78
7	Schlussfolgerungen	80
8	Zusammenfassung	82
9	Abstract	83
10	Literatur	84
10.1	<i>Buchquellen</i>	84
10.2	<i>Internetquellen</i>	85
10.3	<i>Abbildungsquellen</i>	87
11	Anhang	88
11.1	<i>Einverständniserklärung zum Mitschnitt der Interviews</i>	88
11.2	<i>Interviewleitfaden</i>	89
11.3	<i>Bio-Erkennungszeichen</i>	90
11.3.1	<i>Bio-Handelsmarken</i>	91
11.3.2	<i>Bio-Verbände</i>	92
11.4	<i>Beschreibung der Sinus-Milieus in Österreich</i>	92

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Die vier Dimensionen der Nachhaltigkeit im Bereich Ernährung (http://bfeoe.de/wzw/wasist/index.shtml , 15.10.2012)	4
Abb. 2: Zusammensetzung des ökologischen Fußabdrucks (http://www.knittelfeld.at/umweltschutz/fair_future/index.htm , 29.10.2012)	5
Abb. 3: Anteil der Lebensmittel am Footprint der Ernährung (http://www.footprint.at/fileadmin/zf/dokumente/footprint_brosch_v3LM.pdf , 16.10.2012)	6
Abb. 4: Verbrauch und Footprint von Lebensmitteln (http://www.footprint.at/fileadmin/zf/dokumente/footprint_brosch_v3LM.pdf , 16.10.2012)	7
Abb. 5: Der Ökologische Fußabdruck einer Österreicherin bzw. eines Österreichers (http://www.footprint.at/fileadmin/zf/dokumente/footprint_brosch_v3LM.pdf , 16.10.2012)	8
Abb. 6: Nachhaltiger Konsum (http://www.dolceta.eu/deutschland/Mod5/-Vermittlung-von-Nachhaltigkeit-.html , 16.10.2012)	9
Abb. 7 : Kennzeichnung von Bioprodukten (vgl. http://www.biologisch.at/Bio-Lebensmittel/Biokennzeichnung.html , 8.8.2012; Selbstbearbeitung)	11
Abb. 8: Gegenüberstellung Biolebensmittel und konventionelle Produkte in einer Studie der Stiftung Warentest (http://www.spiegel.de/fotostrecke/lebensmitteltest-warum-bio-nicht-immer-besser-ist-fotostrecke-55266-2.html , 24.08.2012)	14
Abb. 9: Pestizidbelastung bei Bioprodukten und konventionellen Produkten (http://www.spiegel.de/fotostrecke/lebensmitteltest-warum-bio-nicht-immer-besser-ist-fotostrecke-55266-4.html , 24.08.2012)	15
Abb. 10: Klufthypothese (eigene Darstellung)	22
Abb. 11: Sinus-Milieus in Österreich (http://www.integral.co.at/de/sinus/milieus.php , 22.10.2012)	26
Abb. 12: Darstellung der ISOE-Lebensstiltypen im Modell der Sinus-Milieus (eigene Bearbeitung).....	28
Abb. 13: Ernährungsstile der ISEO (http://www.klima-kampagnen-baukasten.de 1, 22.10.2012)	29
Abb. 14: Einteilung der Konsumstil-Typen in 4 Übergruppen (eigene Darstellung)	32
Abb. 15: Broschüre zu BioproduzentInnen und –produkten im Weinviertel (Die grünen Weinviertel, 2011)	41
Abb.16 : Beispiel für eine Kategorie mit zugehörigen Codes (eigene Darstellung).....	44
Abb. 17: Lage der Betriebe der Interviewteilernehmerinnen und Interviewteilernehmer im Forschungsgebiet (http://www.wet.at/cgi-bin/karte_wein.pl , 23.10.2012, eigene Bearbeitung).....	45
Abb. 18: Verwendung von Biolebensmitteln.....	51
Abb. 19: Gründe für die Auswahl von Biolebensmitteln	52
Abb. 20: Bedeutung von Regionalität	55
Abb. 21: Antworten aus dem Bereich der Saisonalität	56
Abb. 22: Verteilung der Ernährungsaufgabe innerhalb der Familie	57
Abb. 23 : Produktgruppen die bevorzugt in Bioqualität gekauft werden.....	58
Abb. 24: Bezugsquellen der Lebensmittel	59
Abb.25: Gründe für die Auswahl der Einkaufsstätten	60
Abb. 26: Arten des Einkaufsverhaltens.....	61
Abb. 27: Ausgewählte Aspekte aus dem Kochverhalten der InterviewteilernehmerInnen	62
Abb. 28: Nachhaltiges Verhalten im Alltag.....	63
Abb.29 : Selbsteinschätzung der Nachhaltigkeit des eigenen Verhaltens.....	64
Abb. 30: Zuordnung der InterviewteilernehmerInnen zu den Lebensstilen	75
Abb. 31: Zuordnung der InterviewteilernehmerInnen zu den Ernährungsstilen	76
Abb. 32: Einteilung in Ernährungsstile anhand Ernährungsverhalten.....	77
Abb. 33: Zuordnung der InterviewteilernehmerInnen zu den Konsumstilen	77
Abb. 34: AMA-Biozeichen (www.ama-marketing.at/?id=1531 , 6.8.2012)	90
Abb. 35: Bio AUSTRIA-Logo (http://www.bio-austria.at/ , 6.8.2012)	90
Abb. 36: EU-Bio-Zeichen (http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo_de/ , 6.8.2012)	90
Abb. 37: Logos diverser Bio-Handelsmarken (http://www.bewusstkaufen.at/label-uebersicht.php?typfilter=5 , 8.8.2012).....	91
Abb.38: weiter Bio-Logos (http://www.bewusstkaufen.at/label-uebersicht.php?typfilter=5 , 8.8.2012)	91
Abb. 39: Logos diverser Bioverbände (www.gutes-aus-der-natur.at , www.de.wikipedia.org , http://www.bio-austria.at/ , 8.8.2012).....	92
Abb. 40: Beschreibung der Sinus-Milieus in Österreich (http://www.integral.co.at/de/sinus/Folder_Sinus_Oesterreich_2011.pdf , 22.10.2012)	92

1 Einleitung

Ernährung stellt einen wesentlichen Bestandteil unseres täglichen Lebens dar. Im Durchschnitt verbringt jeder Mensch etwa 6 Jahre seines Lebens mit Essen. Aus diesem Grund ist es nicht weiter verwunderlich, dass wir damit auch einen großen Einfluss auf unser Umfeld haben. Bereiche wie Landwirtschaft, Landschaft, Biodiversität, Klimawandel, Kultur und soziale Gerechtigkeit können durch das Ernährungs- und Konsumverhalten wesentlich beeinflusst werden.

Da Biobäuerinnen und Biobauern durch ihre Art zu wirtschaften sorgsam und bewusst mit der Umwelt umgehen, liegt die Vermutung nahe, dass sie das auch in anderen Bereichen ihres Lebens so handhaben. Ziel dieser Arbeit ist es zu untersuchen, in wie weit Biobäuerinnen und Biobauern auch im eigenen Ernährungs- und Konsumverhaltensbereich auf bio Wert legen und ob sie zum Beispiel auf eine Ernährung mit biologischen Lebensmitteln achten.

1.1 Hintergrund

Generell wird bio meist mit mehr Geschmack, mehr Vitaminen und Mineralstoffen, artgerechter Tierhaltung, Schonung der Umwelt, Verzicht auf Pflanzenschutzmittel und höherer Lebensqualität in Zusammenhang gebracht. Es ist eine umwelt- und sozialverträgliche Art des Wirtschaftens und der Bodennutzung, bei der der Betrieb als Einheit betrachtet wird. Es geht um eine Förderung der Lebensprozesse und um eine weitgehende Schließung der Stoffkreisläufe.

„Ökologische Landwirtschaft ist ein ganzheitlicher und umweltschonender Ansatz der Landwirtschaftsform und somit mehr als der Verzicht auf Chemie.“ (Österreichische Gesellschaft für Ernährung)

„Die Transparenz der Nahrungsmittelproduktion und ökologischen Themen bewegen zweifelsohne die Verbraucher am meisten. Die Verunsicherung angesichts der Lebensmittelskandale der jüngeren Vergangenheit verstärken die Erwartungen an die Bauern, ihren Teil zur Qualitätssicherung beizutragen. In diesem Zusammenhang ist auch das Interesse an einer artgerechten Tierhaltung zu sehen, die im Fokus der Verbraucher ist – ebenso wie die umweltverträgliche, nachhaltige Produktion.“ (information.medien.agrar e.V.)

„Die überwältigende Mehrheit der Österreicherinnen und Österreicher ist mit ihrer Lebensqualität hoch zufrieden und anerkennt dabei ausdrücklich die Leistungen der heimischen Bauern für das Wohlergehen unseres Landes.“ (Fazit einer Studie des Linzer „market“-Instituts)

„Denke ich an [...] Landwirtschaft, rückt für mich zunächst die Umsetzung des Schöpfungsauftrages Gottes, die Erde zu bebauen und zu bewahren, in den Blick. Die Landwirte stehen dabei in einer besonderen Verantwortung für eine nachhaltige Bewirtschaftung ihres Bodens sowie für einen angemessenen Umgang mit Tieren.“ (Karl Kardinal Lehmann, Vorsitzender der Deutschen Bischofskonferenz)

„Herr und Frau Österreicher nennen als die drei wichtigsten Kriterien für den Kauf von Bioprodukten die artgerechte Tierhaltung, den niedrigen Gehalt an Pestiziden und der niedrige Gehalt an Zusatzstoffen.“ (Manuela Bogenreiter in ihrer Diplomarbeit *Der Konsum biologischer Lebensmittel in Österreich – Einfluss sozioökonomischer Faktoren*)

1.2 Motivation

Der Grund warum ich mich für dieses Thema entschieden habe ist der, weil mein Freund selbst Biobauer ist und ich daher einen persönlichen Bezug zu diesem Thema habe. Ich wohne mit ihm am Hof und bin bei uns für die Ernährung zuständig. Ich achte sehr darauf, dass wir Bioprodukte verwenden und auch dass Tätigkeiten, die mit Einkauf und Konsum zu tun haben nachhaltig erfolgen. So nehme ich zum Beispiel selbst immer einen Korb und Stoffsackerln zum Einkaufen mit und habe zum Beispiel eine Fahrgemeinschaft mit meiner Mutter gegründet, um Autofahrten einzusparen. Wege, die mich in meine nähere Umgebung führen, versuche ich soweit wie möglich zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurückzulegen.

Aus diesem Grund hat es mich sehr interessiert zu erfahren, wie das in anderen Biobauernfamilien abläuft. Ich wollte herausfinden, inwieweit das Wissen aus dem Beruf auch im alltäglichen Leben, vor allem im Bereich Ernährung und Konsum, umgesetzt wird und ob es in Biobauernfamilien üblich ist, auch bei den konsumierten Lebensmitteln auf Bioqualität zu achten. Des Weiteren erhoffte ich mir auch, eventuell ein paar Tipps zu bekommen, wie man noch mehr für eine nachhaltige Ernährungs- und Konsumweise machen kann.

1.3 Problemstellung

Nach biologischen Richtlinien zu wirtschaften bedeutet etwas Gutes für sich, die Umwelt und auch andere Menschen beziehungsweise für nachfolgende Generationen zu bewirken. Man versucht im Einklang mit der Natur zu arbeiten und diese nicht auszubeuten. Wenn eine Bäuerin oder ein Bauer ihren beziehungsweise seinen Hof nach diesen Richtlinien bewirtschaftet, dann wünscht man sich, dass dies nicht nur aus ökonomischen Überlegungen heraus passiert, sondern dass diese Menschen generell eine ökologisch ausgerichtete Meinung haben und diese dann in möglichst vielen Lebensbereichen umsetzen. Man geht somit davon aus, dass Biobäuerinnen und Biobauern Vorreiterinnen beziehungsweise Vorreiter im Gebiet der „Bio-Lebensführung“ sind und man sich an ihnen orientieren kann. Diese Arbeit soll durch intensive Nachforschung zumindest einmal den Bereich Ernährung genauer beleuchten und aufzeigen, ob man sich Biobäuerinnen und Biobauern bei der Ernährung und beim Konsum als Vorbild für eine nachhaltige Ernährungsweise nehmen kann.

Der Titel *Österreichische BiobäuerInnen und ihr Umgang mit der **alltäglichen** Ernährung* wurde dabei ganz bewusst gewählt, da es mir wichtig war, den ganz normalen Alltag der Wirtschaftenden zu untersuchen und nicht nur die besonderen Tage unter der Woche beziehungsweise im Jahr wie Sonntage, Feiertage oder Festtage. Hier ist es nämlich in vielen Haushalten meist so, dass an diesen „speziellen Tagen“ besonders viel Wert auf qualitativ hochwertige und außergewöhnliche Lebensmittel gelegt wird, die sonst eher weniger Verwendung finden. Auch auf den Preis wird bei solch besonderen Anlässen meist nicht so genau geachtet, da es darum geht, der Familie oder Menschen die einem besonders nahe stehen etwas Gutes zu tun, und das wird meist mit (vermeintlich) besseren und vielmals auch teureren Bioprodukten verbunden.

Da der Begriff Konsum und Nachhaltigkeit aber sehr breit gefasst ist, müssen zuerst mittels Literaturrecherche Definitionen hierfür gefunden und erläutert werden.

2 Literatur

Mit der Literaturrecherche wurde noch vor dem Beginn der Erstellung des Interviewleitfadens und der Durchführung der Interviews begonnen. Sie diente dazu, sich eine breite Basis an Wissen über ökologische Lebensmittel, die Begriffe Konsum und Ernährung und über Nachhaltigkeit im Ernährungsbereich zu schaffen. Diese Themen werden nun in den nachfolgenden Kapiteln näher beleuchtet.

2.1 Thematischer Bezug

Um zu verstehen wieso es überhaupt Sinn macht, sich mit der Frage zu beschäftigen, ob sich Biobäuerinnen und Biobauern auch selbst von biologisch erzeugten Lebensmitteln ernähren, muss zuerst einmal näher erläutert werden, was biologische Lebensmittel sind und was sie für Auswirkungen auf den Menschen und die Umwelt haben, beziehungsweise was man durch den Konsum dieser bewirken kann. Mit dieser Thematik beschäftigen sich die Kapitel 2.1.1 bis 2.1.6.

Da es mittlerweile im dichten Dschungel an Produkten und Angeboten nicht mehr so leicht ist, das herauszupicken, was wirklich biologisch erzeugt wurde, beschäftigen sich die Punkte 2.1.8.1 und 2.1.8.2 mit der Kennzeichnung von „wirklichen“ Bioprodukten.

Für viele Menschen bedeutet „Bio“ automatisch etwas Besseres, Gesünderes. In der Forschung gibt es dazu aber viele geteilte Meinungen. Da diese Arbeit nicht wertend sein soll, sondern es jedem selbst überlassen werden soll, wie sie/er zu bio steht, werden sowohl positive als auch kritische Meinungen zum Thema dargestellt. Dies zeigt auch, welche Spannungsfelder nach wie vor mit dem Thema biologische Lebensmittel verbunden sind und erklärt somit vielleicht auch die eine oder andere Handlungsweise der Interviewteilernehmerinnen und –teilnehmer.

Zuletzt wird auch mit dem Kapitel 2.1.10 Ernährungskompetenz die Problematik angesprochen, dass Bäuerinnen und Bauern zwar oft über sehr viel Wissen über Lebensmittel oder speziell ihre Produkte verfügen, aber es dann trotzdem nicht immer im Alltag umsetzen können.

Das Kapitel über die Konsumpraktiken soll eine Wissensbasis für die später besprochene Theorie der Konsumstile liefern.

2.1.1 Biologische Lebensmittel

Biolebensmittel sind all jene Lebensmittel, die aus der ökologischen Landwirtschaft stammen und die den Anforderungen der Gesetze der EU zu ökologischen Lebensmitteln entsprechen. Die Lebensmittel dürfen weder gentechnisch verändert, noch dürfen konventionelle Pestizide, Kunstdünger und Abwasserschlamm verwendet worden sein. Tiere dürfen keiner Behandlung mit Antibiotika oder Wachstumshormonen unterzogen werden. Auch bei der Verwendung von Lebensmittelzusatzstoffen gibt es Einschränkungen.

2.1.2 Definition einer nachhaltigen Ernährung im Allgemeinen

Eine Ernährung, die hauptsächlich auf pflanzlichen, ökologischen, regionalen und saisonalen Lebensmitteln basiert trägt wesentlich zu einer gesunden Umwelt bei. Auch eine effiziente Energienutzung, sei es im Haushalt oder bereits während des Einkaufens, kann einen wesentlichen Beitrag zur Schonung der Umwelt leisten.

„Nachhaltige Ernährung ist umweltverträglich und gesundheitsfördernd. Angebote und Versorgungsstrukturen, Informationen und Kommunikation sind alltagsadäquat und ermöglichen soziokulturelle Vielfalt. Nachhaltige Ernährung trägt zu einer nachhaltigen Befriedigung von Ernährungsbedürfnissen und dadurch zu mehr Lebensqualität bei“ (Lackner 2008, S. 7).

2.1.3 Definition einer nachhaltigen Ernährung nach Koerber

Da es keine allgemein anerkannte Definition für den Begriff nachhaltige Ernährung gibt, wird für diese Arbeit die Definition nach Koerber, die in der Gießener Konzeption der Vollwert-Ernährung festgelegt wurde, angewandt. Aus dieser Konzeption geht hervor, dass es sieben Grundsätze für eine nachhaltige Ernährungsweise gibt.

Diese sind (Wilhelm, von Koerber, Kustermann 2006, S.197):

- **Genussvolle und bekömmliche Speisen**
- **Bevorzugung pflanzlicher Lebensmittel**
- **Bevorzugung gering verarbeiteter Lebensmittel**
- **Ökologisch erzeugte Lebensmittel**
- **Regionale und saisonale Erzeugnisse**
- **Umweltverträglich verpackte Produkte**
- **Fair gehandelte Lebensmittel**

„Diese Grundsätze sind in vier Dimensionen der Nachhaltigkeit, nämlich Umwelt, Wirtschaft, Soziales und Gesundheit, eingebettet (Wilhelm, von Koerber, Kustermann 2006, S. 198).



Abb. 1: Die vier Dimensionen der Nachhaltigkeit im Bereich Ernährung
(<http://bfeoe.de/wzw/wasist/index.shtml>, 15.10. 2012)

Diese Abbildung stammt aus der Ernährungsökologie. Es handelt sich hierbei um ein „interdisziplinäres Wissenschaftsgebiet, das die komplexen Beziehungen innerhalb des gesamten Ernährungssystems untersucht und bewertet“ (<http://bfeoe.de/wzw/wasist/index.shtml>, 15.10.2012). Es wird dabei nicht nur ein Bereich wie zum Beispiel die Erzeugung untersucht, sondern es findet eine ganzheitliche Betrachtung des Produktes statt. Das beginnt bei der landwirtschaftlichen Herstellung, geht weiter über die Verarbeitung, die Verpackung, den Transport hin zur Verkaufsstätte, den Vertrieb, Konsum und endet letztendlich mit der Entsorgung.

Dadurch ist es möglich, Ernährungskonzepte zu entwickeln, die nachhaltig, realisierbar und zukunftsorientiert sind und somit die Basis für ein nachhaltiges und bewusstes Ernährungsverhalten bilden.

Wenn man nun die einzelnen Dimensionen der Nachhaltigkeit im Bereich Ernährung genauer betrachtet, bedeuten die im Einzelnen:

- **Im Bereich Gesundheit** geht es um die **Gesundheitsverträglichkeit des Produktes**. Also ob es dem Menschen in irgendeiner Art und Weise hilft oder gut tut.
- **Aus Sicht der Umwelt** wird die **Umweltverträglichkeit** genauer betrachtet. Welche ökologischen Auswirkungen haben die **Produktion, Verarbeitung, Vermarktung und Zubereitung** von Lebensmitteln.
- **Im Bereich Soziales** geht es um die **Sozialverträglichkeit**. Wie wirkt das Ernährungsverhalten auf die Gesellschaft.
- **Beim letzten Punkt, der Wirtschaft**, wird die **Wirtschaftsverträglichkeit des Produktes** genauer analysiert. Wie ist die **Wirtschaftlichkeit** innerhalb der **Lebensmittelwertschöpfungskette**. So gilt der erzielte Preis nur dann als nachhaltig, wenn er „die vollen Kosten der Dienstleistungen und Sachgüter für ihre Herstellung, Distribution und Entsorgung einschließt und auch die Kosten der Umwelterstörung nicht externalisiert“ (Wilhelm, von Koerber, Kustermann 2006, S. 198).

2.1.4 Ökologischer Fußabdruck

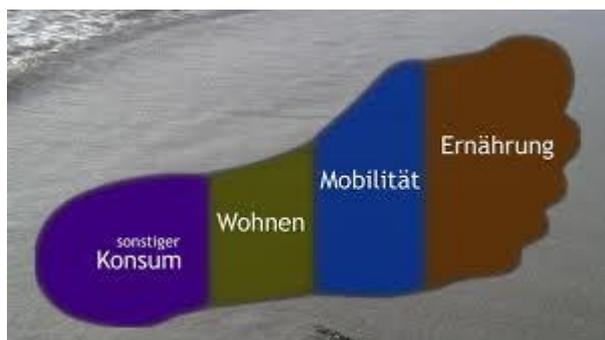


Abb. 2: Zusammensetzung des ökologischen Fußabdrucks

(http://www.knittelfeld.at/umweltschutz/fair_future/index.htm, 29.10.2012)

Um nun zu verdeutlichen, warum eine nachhaltige Ernährung sinnvoll ist, wird der Begriff des ökologischen Fußabdrucks genauer erläutert.

1994 entwickelten Wackernagel und Reese den ökologischen Fußabdruck als wissenschaftliche Methode um den Umweltverbrauch zu messen.

Der ökologische Fußabdruck beschreibt jene Fläche, die ein Mensch mit seinen Bedürfnissen beansprucht. Darunter fallen Flächen die zur Erzeugung von Kleidung, Lebensmitteln, Energie oder zum Abbau beziehungsweise der Entsorgung von Müll oder zur Bindung des vom Menschen ausgestoßenen Kohlendioxids benötigt werden. Auch verbaute Flächen, sei es durch Häuser oder durch Straßen, werden in der Berechnung berücksichtigt. Die Fläche des ökologischen Fußabdrucks wird in „Global Hektar“ angegeben (gha ist ungefähr ein ha an weltweiter durchschnittlicher biologischer Aktivität, wie Ackerbau oder Waldwirtschaft). Je größer der Fußabdruck, desto größer ist die Umweltbelastung.

Das Gegenstück zum Fußabdruck stellt die „Biokapazität“ (vgl. Footprint Platform) dar. Sie beschreibt, wie gut eine Region Rohstoffe auf- und Schadstoffe abbauen kann. Halten sich Footprint und Biokapazität die Wage, oder liegt der Footprint sogar unter der Biokapazität, so führen die Menschen aus dieser Region ein potentiell nachhaltiges Leben.

Wie bereits kurz am Anfang erwähnt, hat auch die Ernährung einen wesentlichen Einfluss auf den ökologischen Fußabdruck. Sie macht ungefähr ein Drittel aus. Der Großteil, nämlich rund 80%, entfällt dabei auf den Konsum von tierischen Produkten, wie Fleisch, Eier und Milch (vgl. Footprint Plattform). Grund hierfür ist, dass tierische Erzeugnisse für ihre Produktion weitaus mehr Energie benötigen als pflanzliche. Für eine Kalorie tierisches Produkt, werden 5-10 Kalorien pflanzliches Produkt benötigt. Das führt dazu, dass tierische Lebensmittel einen weitaus größeren ökologischen Fußabdruck hinterlassen als Pflanzliche.

Aus diesem Grund ist ein wesentlicher Punkt einer nachhaltigen Ernährung die Reduktion des Fleischkonsums zu Gunsten der pflanzlichen Kost. Die nachfolgende Abbildung zeigt deutlich, welchen Anteil die jeweiligen Produkte am Gesamtfußabdruck der Ernährung haben. Es zeigt sich ganz deutlich, dass Fleisch und tierische Produkte die größten Segmente des Diagramms beanspruchen und pflanzliche Produkte nur einen sehr geringen Anteil ausmachen.

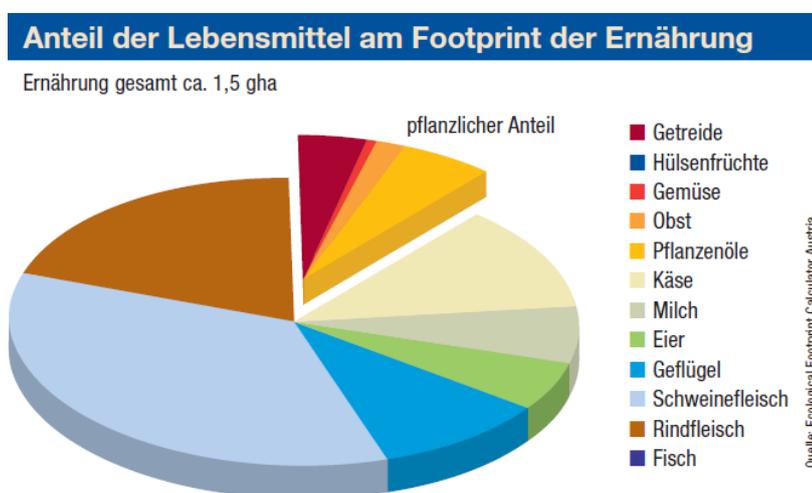


Abb. 3: Anteil der Lebensmittel am Footprint der Ernährung
 (http://www.footprint.at/fileadmin/zf/dokumente/footprint_brosch_v3LM.pdf, 16.10.2012)

Auch die nächste Abbildung zeigt ganz deutlich, dass der Anteil von Obst und Gemüse am ökologischen Fußabdruck neben Fleisch nur verschwindend gering ist.

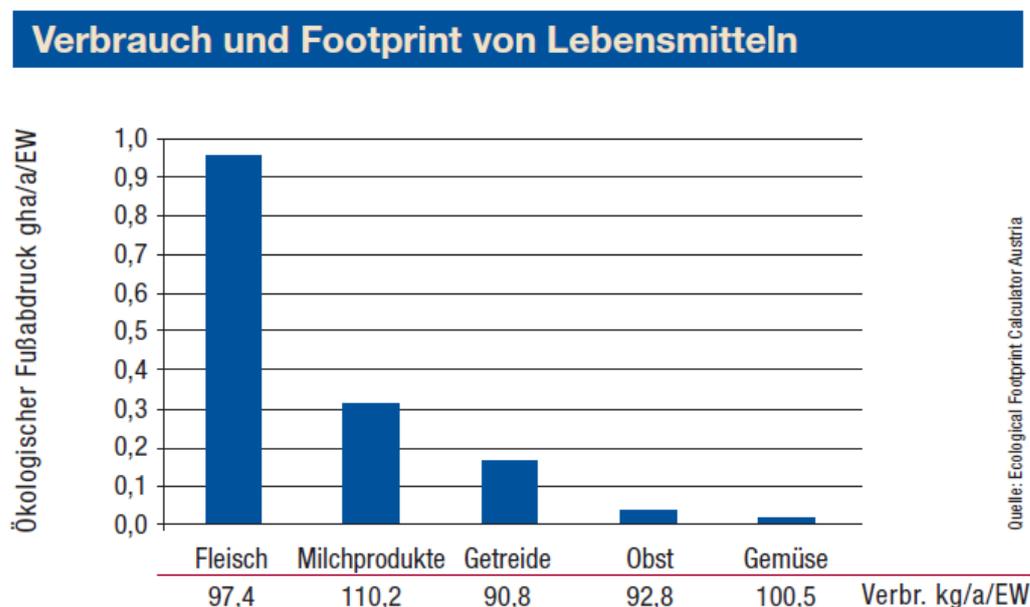


Abb. 4: Verbrauch und Footprint von Lebensmitteln
 (http://www.footprint.at/fileadmin/zf/dokumente/footprint_brosch_v3LM.pdf, 16.10.2012)

Auch durch die Verwendung lokaler und saisonaler Waren wird der Fußabdruck verkleinert, da dadurch wesentlich Energie, zum Beispiel für die Beheizung von Gewächshäusern im Winter oder den langen Transport, eingespart werden kann. Durch den Konsum von Biolebensmitteln kann auch noch einmal ein wesentlicher Beitrag zur Verkleinerung des ökologischen Fußabdrucks geleistet werden. Ökologisch erzeugte Lebensmittel haben einen im Durchschnitt um 20% kleineren Footprint als ihr konventionelles Gegenstück.

Auch fair gehandelte Lebensmittel leisten einen wesentlichen Beitrag bei der Verminderung des ökologischen Fußabdrucks. Während billig und ausbeuterisch erworbenen Lebensmitteln, wie zum Beispiel Kaffee und Bananen aus armen Ländern den Fußabdruck noch weiter vergrößern, helfen fair gehandelte Lebensmittel dabei, diese Ausbeutung und auch Zerstörung von gesunden Ökosystemen (zum Beispiel Abholzung des Regenwaldes) zu verhindern und somit den ökologischen Fußabdruck zu verbessern.

Der Bereich Konsum, unter den der Verbrauch von Gütern und Dienstleistungen fallen, macht ungefähr ein Sechstel des Ökologischen Fußabdrucks aus. Ein großer Verursacher dabei ist die Verpackung. Achtet man nun auf möglichst gering oder gar nicht verpackte Ware oder bringt selbst Verpackungsmöglichkeiten für den Heimtransport (Korb, Stofftasche,...) mit, so kann man einen wesentlichen Beitrag zur Reduktion der Auswirkung des Konsums auf den ökologischen Fußabdruck leisten. Auch der Einkauf von nur genau jenen Dingen, die man wirklich braucht, kann positive Auswirkungen haben. Man reduziert somit die Menge an Lebensmitteln, die oft ungebraucht im Müll landen, weil man sie spontan und ohne wirkliche Verwendung dafür gekauft hat.

Zuletzt noch kurz erwähnt, da im Bereich Ernährung und Konsum eher nur von geringer Bedeutung, der Verkehr. Die Fortbewegung mit mittels Kraftstoff betriebener Verkehrsmittel macht in etwa ein Fünftel des Ökologischen Fußabdrucks aus. Ein häufigerer Umstieg auf das Fahrrad oder den Einkauf zu Fuß kann zumindest zur Verkleinerung des persönlichen Fußabdrucks beitragen. Auch die Nutzung

von Bus, Bahn oder Fahrgemeinschaften kann sinnvoll sein, da diese jedenfalls fahren und man damit die Auslastung dieser (Insassen/Fahrzeug) erhöht.

2.1.5 Maßnahmen zur Reduktion des persönlichen Fußabdrucks

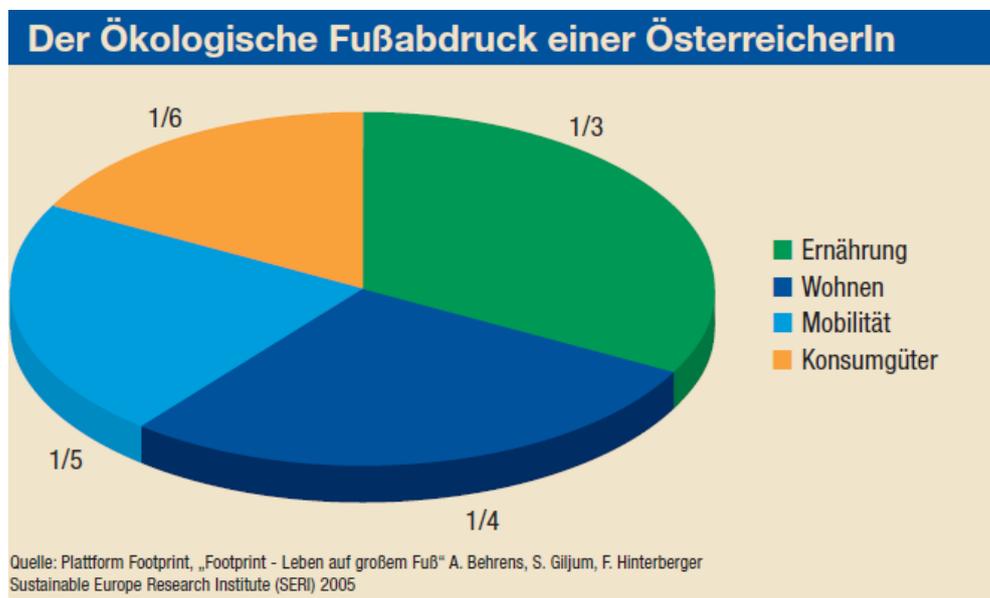


Abb. 5: Der Ökologische Fußabdruck einer Österreicherin bzw. eines Österreichers
(http://www.footprint.at/fileadmin/zf/dokumente/footprint_brosch_v3LM.pdf, 16.10.2012)

Um die einzelnen Tortenstücke der „Gesamttorte persönlicher Fußabdruck“ zu verkleinern, kann jeder Einzelne beziehungsweise jede Einzelne etwas beitragen. Die nachfolgenden Punkte zeigen auf, was getan werden kann.

- **Reduktion der Autofahrten:** Wege so oft wie möglich zu Fuß gehen oder mit dem Fahrrad zurücklegen beziehungsweise dort wo nicht möglich, Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel
- **Einsatz von ressourcen- und klimaschonender Energie:** Nutzung von Wasserkraft anstelle von fossiler Energie, auch die Verwendung von Ökostrom hilft beim Einsparen
- **Nachhaltige und gesunde Ernährung:** Reduktion des Fleischkonsums, Einkauf ökologischer und fair gehandelter Lebensmittel; eine Ernährung nur mit pflanzlicher Kost könnte das Tortenstück „Ernährung“ mehr als halbieren
- **Langlebigkeit von Produkten:** Produkte so hochwertig wie möglich kaufen und wenn möglich reparieren, fachgerechte Entsorgung beziehungsweise Recycling; dadurch könnte die Größe des Tortenstücks „Konsum“ um 10-20% verringert werden

2.1.6 Definition des Begriffes Konsum

Unter dem Begriff Konsum wird nicht nur alleine der Vorgang des Kaufens verstanden. Es handelt sich vielmehr um eine längere Zeitspanne, die bereits mit der Entwicklung von Bedürfnissen entsteht. Auch der Bereich Informationssuche und die Kaufentscheidung sind dem Begriff Konsum zuzuordnen. Zuletzt werden auch noch der Gebrauch der Produkte und die Entsorgung dieser unter dem Überbegriff Konsum verstanden. Es reicht also nicht aus zu untersuchen, wo die Menschen ihre Produkte kaufen und warum, sondern man muss auch analysieren, wie sie über Informationen zu diesem Produkt kamen (Werbung, Rat eines Bekannten,...), was somit ihre Kaufentscheidung beeinflusst hat und schlussendlich auch, wie das Produkt gebraucht und entsorgt wird.

Es ist hierbei aber auch wichtig zu untersuchen, welche Auswirkungen das Konsumverhalten von Menschen hat. Menschen können anhand jener Produkte, die sie kaufen und nachfragen ganz wesentlich Angebot und Nachfrage am Markt mitbestimmen. Ein Händler wird ein Produkt, das niemand kauft viel eher aus seinem Sortiment streichen als eines, das regelmäßig gekauft wird. Das gibt uns KonsumentInnen die Möglichkeit den nachhaltigen Konsum zu verstärken und somit auch das Angebot in diesem Bereich zu erhöhen.



Abb. 6: Nachhaltiger Konsum (<http://www.dolceta.eu/deutschland/Mod5/-Vermittlung-von-Nachhaltigkeit-.html>, 16.10. 2012)

Diese Grafik zeigt sehr schön, dass die einzelnen Bereiche nicht für sich alleine stehen, sondern untereinander auf vielfältige Weise miteinander verknüpft sind. Ein Produkt ist dann nachhaltig, wenn es „gerecht“ ist und somit den Produzenten gerechte Arbeitsbedingungen ermöglicht (keine Ausbeutung, gerechte Löhne und Arbeitszeiten,...), gleichzeitig aber auch dem Konsumenten ermöglicht dieses zu erwerben, ohne dadurch in finanzielle Nöte zu geraten. Produkte müssen so „machbar“ sein, dass sie die Umwelt nicht gefährden, gleichzeitig aber auch den wirtschaftlichen Anforderungen genügen. Auch „tragbar“ ist ein wesentliches Kriterium. Produkte, die von der Gesellschaft gebraucht und auch finanziell erworben werden können, dürfen nicht zu Lasten der Umwelt produziert und entsorgt werden. Auch der Erwerb (kurze Einkaufswege, nachhaltige Verpackung,...) müssen gewährleistet sein. Wenn all diese Kriterien erfüllt sind, dann spricht man von einem nachhaltigen Konsum.

2.1.7 Nachhaltig einkaufen

Wie bereits im *Kapitel 2.1.6 Definition des Begriffes Konsum* kurz angesprochen, kann die Konsumentin beziehungsweise der Konsument mit seiner Konsumententscheidung und der Wahl seines Lebensstils ganz wesentlich das Angebot in den Geschäften mitbestimmen. Durch den Kauf von ökologischen und sozial unbedenklichen Produkten kann sie/er dafür sorgen, dass Menschenrechte beachtet, die Ressourcen nicht ausgebeutet und das Klima geschont wird. Bei Kaffee kann dies zum Beispiel bedeuten, dass man auf Produkte achtet, die das Fairtrade-Siegel tragen. Obst und Gemüse sollte saisonal und aus der Region stammend gekauft werden und wenn möglich auch in Bioqualität sein.

Unser Einkaufs- und Konsumverhalten trägt wesentlich zum CO₂-Ausstoß bei: Nudeln aus Italien, Gewürze aus Indien, Obst aus Neuseeland, Lachs aus Norwegen, Tomaten aus Spanien und dergleichen. All diese Lebensmittel müssen über weite Strecken transportiert werden, bis sie schlussendlich bei uns am Teller landen. Etwa ein Fünftel der Treibhausgasemissionen (<http://www.nachhaltig-einkaufen.de>, 13.09.2012) entstehen durch die Erzeugung, Verarbeitung, Lagerung, den Transport, die Kühlung und die Zubereitung am eigenen Herd. Einen großen Anteil daran haben die Massentierhaltung, die intensive Düngung, die Futtermittelproduktion, die Transportwege und der hohe Pesticideinsatz. Durch den Kauf ökologisch und klimafreundlich produzierter beziehungsweise und saiso-

naler und regionaler Lebensmittel kann ein wesentlicher Beitrag zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes geleistet werden.

Frische Lebensmittel, die so wenig wie möglich verarbeitet sind, leisten einen weiteren wesentlichen Beitrag zum Schutz unserer Umwelt. Je stärker ein Produkt verarbeitet ist, desto mehr Energie und Wasser wurde dafür verbraucht. Diese erzeugen dadurch nicht nur mehr Abwässer und Müll, sondern sie verbrauchen meist auch nach der Herstellung noch sehr viel Energie, da es sich oft um Lebensmittel handelt, die gekühlt oder sogar tiefgekühlt werden müssen. Auch die Einschränkung des Fleischkonsums kann sehr viel zu einem nachhaltigeren Konsum beitragen. Futtermittel die an die Tiere verfüttert werden, verbrauchen einen sehr hohen Flächenanteil an Ackerfläche, die auch den Menschen als Nahrungsproduktionsort dienen könnte. Importiertes (billiges) Futtermittel ist aus ökologischer und sozialer Sicht nicht nachhaltig. Auch die anfallende Gülle ist zu einem gewissen Teil umweltgefährdend. Durch Überdüngung kommt es zu einer Verschmutzung des Grundwassers.

Um all dem entgegenzuwirken ist es ratsam, den Fleischkonsum ein wenig zu reduzieren und auf biologisch und artgerecht erzeugtes Fleisch umzusteigen.

Auch bei Fisch gibt es mittlerweile schon Möglichkeiten, einen wesentlichen Beitrag zum Umwelt- und Artenschutz zu leisten. Eigens hierfür entwickelte Logos weisen darauf hin, dass der jeweilige Fisch aus umweltgerechter nicht ausbeuterischer Fischerei stammt. Das beugt einer Überfischung und somit dem Aussterben von Fischarten vor.

Faktoren, die den Einkauf nachhaltiger gestalten:

- **Kurze Wege mit dem Fahrrad oder zu Fuß zurücklegen**
- **Fahrgemeinschaften bilden**
- **Unnötige Wege vermeiden oder reduzieren**
- **Einkaufsliste schreiben um unnötige Spontankäufe zu verhindern**
- **Nicht hungrig einkaufen gehen; man kauft mehr ein als man tatsächlich braucht und so landet vieles ungenutzt in der Mülltonne**
- **Ökologische Produkte und Produkte mit Fairtrade-Siegel kaufen**
- **Regionale und saisonale Ware kaufen, das spart lange Transportwege**
- **Nur Gemüse aus Freilandanbau kaufen; Treibhäuser verbrauchen sehr viel Energie für die Beheizung**
- **Möglichst wenig verpackte Waren kaufen, vor allem bei Obst und Gemüse; auf eine umweltfreundliche und recyclebare Verpackung achten**
- **Den Fleischkonsum zugunsten von Gemüse- und Getreideprodukten reduzieren**
- **Möglichst wenige verarbeitete Produkte verwenden; frische Produkte sind nicht so energieaufwendig wie zum Beispiel Tiefkühlprodukte**
- **Bei Getränkeeinkäufen auf Mehrwegverpackungen achten (Glasflaschen, Hartplastikflaschen)**
- **Selbst Papiersackerln oder Aufbewahrungsdosen mitnehmen**
- **Einkaufskorb, Karton oder Stoffsackerl für den Heimtransport der Waren mitnehmen**
- **Kauf von Großpackungen vermeiden, wenn nicht alles gebraucht wird**

2.1.8 Kennzeichnung von Bioprodukten

In Österreich gibt es verschiedene Zeichen und Logos, die der Konsumentin und dem Konsumenten das Erkennen von Biolebensmitteln erleichtern soll. Eines davon ist das AMA-Biozeichen, das von der AMA-Marketing GesmbH entwickelt wurde. Es wird nur all jenen Lebensmitteln verliehen, die den Richtlinien des Österreichischen Lebensmittelbuches, 4. Auflage, Kapitel A8 und der VO(EG) Nr. 834/2007 i.d.g.F. (AMA, Stand: 06.08. 2012) entsprechen. Diese Produkte unterliegen strengen Qualitäts- und Prüfbestimmungen.

In Österreich ist klar geregelt, dass nur dort „bio“ draufstehen darf, wo auch tatsächlich „bio“ enthalten ist. Es gibt zwei Kennzeichen, die eindeutig ein Bioprodukt identifizieren. Der „Bio-Hinweis“ und die Angabe der „Bio-Kontrollstelle“. Sind diese beiden Informationen auf dem Produkt enthalten, so können sich die Konsumentin und der Konsument sicher sein, ein Bioprodukt zu konsumieren.

2.1.8.1 Der „Bio-Hinweis“

Für den „Bio-Hinweis“ gibt es vier gültige Bezeichnungen (Bogenreiter 2009, S.24):

- „aus biologischem (oder ökologischem) Anbau“
- „aus kontrolliert biologischem Anbau (kbA)“
- „aus biologische (oder ökologischer) Landwirtschaft“
- „aus biologischem (oder ökologischem) Landbau“

Produkte, die eine solche Bezeichnung tragen, müssen zu 100% aus biologischem Anbau stammen. Ein maximaler Anteil gewisser konventionell erzeugter Lebensmittelbestandteile, die in der EU nicht in Bioqualität erhältlich sind, darf bei höchstens 5% liegen. Diese Zutaten konventionellen oder zum Teil auch nicht landwirtschaftlichen Ursprungs sind eigens in einer Verordnung der EU aufgelistet. Hinweise wie „naturnah“, „naturbelassen“, „unbehandelt“ oder „kontrolliert“ sagen nichts darüber aus, ob es sich bei dem Produkt um eines biologischer Herkunft handelt. Sobald aber der Code der Kontrollstelle oder Kontrollbehörde (siehe nächste Abbildung) auf der Produktverpackung dargestellt ist, kann man sich sicher sein, ein Bioprodukt in Händen zu halten.

Die Kennzeichnung der Biolebensmittel setzt sich wie folgt zusammen:

AT-N-01-BIO-0185-3L

Abb.7 : Kennzeichnung von Bioprodukten (vgl. <http://www.biologisch.at/Bio-Lebensmittel/Biokennzeichnung.html>, 8.8.2012; Selbstbearbeitung)

AT und N geben an, wo sich die jeweilige Kontrollstelle befindet. AT steht für Österreich, N für Niederösterreich. 01 ist die entsprechende Nummer der Kontrollstelle. Es ist somit klar nachvollziehbar, welche Kontrollstelle die Überprüfung der Lebensmittel durchgeführt hat. BIO steht für ein Produkt aus kontrolliert biologischem Anbau. Mit der Nummer 0185 wird angegeben, von welchem Betrieb das Produkt stammt. 3 ist die Abkürzung für das Bundesland aus dem der Betrieb stammt und steht für Niederösterreich und das L beschreibt, dass das Produkt aus der Landwirtschaft stammt (vgl. <http://www.biologisch.at/Bio-Lebensmittel/Biokennzeichnung.html>, 8.8.2012).

2.1.8.2 Bio-Erkennungszeichen

In Österreich gibt es eine Vielzahl geschützter Markenzeichen, die eigens von Bioverbänden entwickelt wurden, um der Konsumentin und dem Konsumenten ein rasches Erkennen von Bioprodukten zu ermöglichen. An dieser Stelle soll nur darauf hingewiesen werden, dass es diese gibt, nicht aber näher darauf eingegangen werden. Eine Darstellung der unterschiedlichen Erkennungszeichen kann aus dem Anhang entnommen werden. Des Weiteren finden sich im Anhang auch übliche Bio-Handelsmarken und die Darstellung einiger Bio-Verbands-Logos.

2.1.8.3 Qualitätsvorteile biologischer Lebensmittel?

Ob es wirklich qualitative Vorteile biologischer Lebensmittel gibt, ist weltweit sehr umstritten. Manche sind der Meinung es gibt diese, andere wiederum meinen, dies sei eine Lüge. In diesem Kapitel sollen verschiedene Meinungen dargelegt werden. Auf eine Wertung wird bewusst verzichtet, da sich jeder selbst eine Meinung dazu bilden soll.

„Nutritional Claims“ sind offiziell anerkannte Ernährungsvorteile. Diese gelten für Bioprodukte vorerst aber nur in England und in den Niederlanden. Zu diesen Nutritional Claims zählt, dass biologische Lebensmittel die höchsten Konzentrationen an Mineralstoffen, essentiellen Aminosäuren und Vitaminen enthalten. Außerdem enthält biologisch erzeugtes Obst und Gemüse mehr Antioxidantien, biologische Milchprodukte enthalten mehr gesundheitsfördernde Fettsäuren. In dieser Studie scheint es daher klar, dass die beste Möglichkeit, die Belastung des eigenen Körpers mit schädlichen Pestiziden möglichst gering zu halten die ist, sich weitgehend von biologischen Lebensmitteln zu ernähren. Man erhöht dadurch auch die Aufnahme bioaktiver Inhaltsstoffe und reduziert die Zufuhr an Rückständen diverser Pflanzenschutzmitteln, Nitraten, Zusatzstoffen und gentechnisch veränderter Organismen.

Die europäische Kommission veröffentlichte 2007 einen Artikel, der auf einem europaweit durchgeführten Projekt, dem „Quality Low Input Food“ (QLIF) basiert. Demnach sind in biologisch erzeugten Lebensmitteln, vor allem in Obst, Gemüse und Milchprodukten, höhere Konzentrationen an Antioxidantien enthalten und somit das Risiko an Herzkrankheiten und Krebs zu erkranken niedriger. Bioobst und -gemüse kann bis zu 40% mehr Antioxidantien enthalten. Bei Milchprodukten kann der Unterschied sogar bis zu 60% ausmachen. Auch der Gehalt an für den Körper wertvollen Fettsäuren ist im Vergleich zu konventioneller Milch wesentlich höher. Professor Carlo Leifert, Lehrender an der britischen Universität Newcastle, der das Projekt koordinierte, legte sogar dar, dass Biolebensmittel durch ihren höheren Gehalt an Inhaltsstoffen eine zusätzliche Portion konventionelles Obst und Gemüse ersetzen könne. Die Ergebnisse sind aber europaweit nicht anerkannt.

Auf der Homepage der Österreichischen Gesellschaft für Ernährung (www.oege.at) wird erklärt, warum viele Konsumentinnen und Konsumenten Biolebensmittel für wesentlich gesünder und besser halten, als konventionell erzeugte Produkte. Für die Käuferinnen und Käufer von Bioprodukten spielen Merkmale wie Frische, Geschmack und die Sicherheit der Lebensmittel eine wesentliche Rolle. Sie bringen Biolebensmittel mit dem Freisein von Pestizidrückständen, Verunreinigungen und dergleichen in Verbindung.

Ob diese für die Kaufentscheidung der Konsumentinnen und Konsumenten ausschlaggebenden Kriterien allerdings wirklich zutreffen, ist Gegenstand zahlreicher Forschungen und Untersuchungen. Die Österreichische Gesellschaft für Ernährung weist darauf hin, dass zahlreiche Faktoren bei der Konzentration von Pflanzeninhaltsstoffen mitbestimmend sind.

Aufgelistet werden (<http://www.oege.at/php/current/content.php?l=de&a=2350>, 22.8.2012):

- **Sorten- und Bodenunterschiede**
- **Reifegrad von pflanzlichen Lebensmitteln**
- **jährliche Schwankungen**
- **die unterschiedliche Eignung einzelner Sorten für die jeweiligen Anbaumethoden**

Wenn man nun zum Beispiel den Lycopingehalt und die Konzentration an Vitamin C in einer Tomate untersucht, so zeigt sich, dass die Art des Anbaus keinerlei Einfluss darauf hat. Ausschlaggebend sind vielmehr der Reifegrad, der Standort, die jeweilige Saison und die gewählte Sorte.

Was jedoch als Vorteil biologisch erzeugter Produkte dargestellt wird, ist die geringere Belastung mit Pestiziden, Mykotoxinen, chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln und Nitraten. Auch die geringere Anzahl an zugelassenen Lebensmittelzusatzstoffen wird von der Österreichischen Gesellschaft für Ernährung als positiv angesehen.

Bei dem Vergleich unterschiedlicher Studien stellte sich heraus, dass es zum Beispiel in biologisch erzeugten Lebensmitteln eine höhere Konzentration an Phosphor und titrierbarer Säuren gibt, dafür aber in konventionell erzeugten Lebensmitteln ein höherer Gehalt an Stickstoff vorfindbar war. Dies lässt sich auf die Verwendung unterschiedlicher Düngemittel und auf die unterschiedlichen Reifegrade bei der Ernte zurückführen. Allerdings sind die Konzentrationen so gering, dass sich dadurch kein gesundheitlicher Nutzen für die Konsumentin oder der Konsumenten ergibt. In anderen Studien wurden keine signifikanten Unterschiede bei den Konzentrationen einzelner Inhaltsstoffe gefunden.

Auch wenn bei den Inhaltsstoffen keine eindeutigen Aussagen getroffen werden können, so kann laut der Österreichischen Gesellschaft für Ernährung doch gesagt werden, dass biologische Lebensmittel aus Sicht der Natur und Umwelt verträglicher sind als ihre konventionellen Pendanten. Es kommt zu einer geringeren Bodenerosion, das Trinkwasser wird geschützt, die Biodiversität wird gefördert und es findet ein geringerer Energieverbrauch statt.

Auf wieder einer anderen Homepage, der einer diplomierten Ernährungstrainerin, findet sich ein weiterer Diskurs zu dem Thema „Gesundheitsvorteile von Biolebensmitteln“. Auch sie beschreibt in diversen Studien darauf gestoßen zu sein, dass die Belastung mit Pestiziden, Nitraten, chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln und dergleichen in Biolebensmitteln wesentlich geringer ausfällt als in konventionellen. Allerdings steht in ihrem Beitrag auch beschrieben, dass die Konzentration von Schwermetallen sowohl in konventionellen, als auch in biologischen Lebensmitteln nachweisbar ist. Dies ergibt sich nicht durch die Anbaumethode, sondern durch bereits vorher bestehende Umweltbelastung.

Des Weiteren verweist sie auf das Buch „Die 50 größten Bio-Lügen“ von Markus Groll und Gernot Loitzl. Die Erkenntnis daraus ist, dass es derzeit keinen nachweisbaren Zusammenhang einer besseren körperlichen Gesundheit und dem Konsum von biologisch erzeugten Produkten gibt. Es wird davon ausgegangen, dass der gesundheitliche Vorteil oft als Marketing-Gag verwendet wird. Auch hier wird, wie auch bereits bei der Österreichischen Gesellschaft für Ernährung, hervorgehoben, dass sich Unterschiede in den Konzentrationen an gesundheitsfördernden Lebensmittelinhaltsstoffen, wie zum Beispiel Vitaminen, eher durch Kriterien wie Standort, Sorte, Reifegrad, Liegedauer und Sonneneinstrahlung ergeben und nicht aufgrund der Art und Weise, wie sie angebaut wurden. Einen Unterschied könnte es allerdings beim Gehalt an sekundären Pflanzenstoffen geben. Diese werden nämlich von der Pflanze als Selbstschutz gegen Fraßfeinde und Krankheitserreger gebildet. Da im Biolandbau weniger Pflanzenschutzmittel zum Einsatz kommen, ist die Pflanze quasi dazu gezwungen, sich selbst durch die Produktion ebendieser Pflanzeninhaltsstoffe zu schützen. Aus diesem Grund ist es möglich, dass biologisch erzeugte pflanzliche Lebensmittel einen höheren Gehalt an sekundären Pflanzenstoffen aufweisen. Ob und inwiefern diese auch für den Menschen von Bedeutung sind, ist laut Groll und Loitzl noch nicht restlos geklärt. Klar zu sein scheint allerdings, dass zum Beispiel das von Tomaten gebildete Lycopin auch für den Menschen in der Krebsabwehr von Vorteil sein könnte.

Zum Abschluss dieses Beitrages wird noch erwähnt, dass nicht nur die konsumierten Lebensmittel einen positiven Einfluss auf die Gesundheit des Menschen haben können, sondern dass auch das Essverhalten keine unwesentliche Rolle spielt. So ist es zum Beispiel nicht gesünder 10 Bio-Schnitzel zu essen als 10 Konventionelle. Auch die Zusammensetzung der Mahlzeiten und die Abwechslung am Teller sind von Bedeutung.

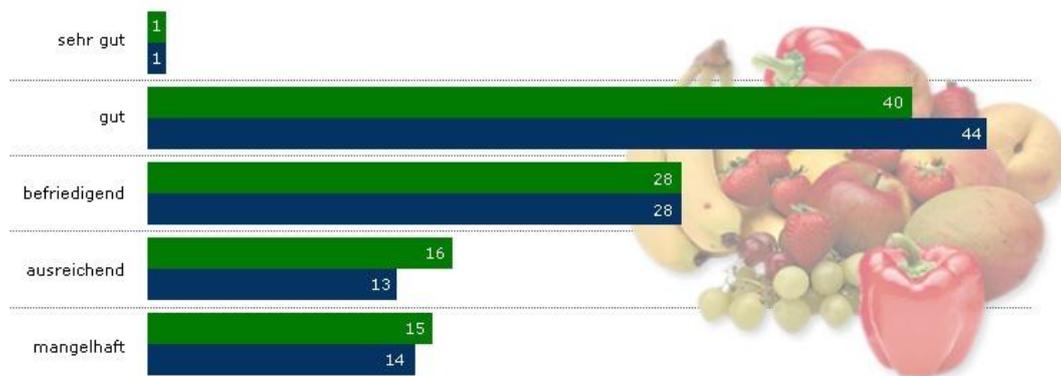
In einem Bericht von Spiegel online (www.spiegel.de) wird auf eine Studie von Stiftung Warentest zum Thema „Ist Bio besser als Konventionell“ eingegangen. Hier wird beschrieben, dass Bioprodukte zwar im Bereich der Pestizidbelastung und der Nachhaltigkeit besser abschneiden als konventionelle Produkte, nicht aber im Bereich Geschmack und Verträglichkeit. Es wird von einem Gleichstand zwischen Bio und Konventionell berichtet. Generell ist es sogar so, dass die konventionellen Lebensmittel im Schnitt bessere Testergebnisse erzielten als die Biologischen. So erhielten bei den konventionellen Produkten 45% das Testurteil „Gut“ oder „Sehr gut“, während es im Biobereich nur 41% waren. Das Ergebnis „Mangelhaft“ wurde 15% der Biolebensmittel und 14% der konventionellen Lebensmittel ausgestellt.

Gesamtqualität: Biolebensmittel und konventionelle Produkte gleichauf

Zusammenfassung von 52 Tests der Stiftung Warentest aus den vergangenen sieben Jahren

■ Biolebensmittel (249 Produkte) ■ Konventionelle Lebensmittel (1007 Produkte)

Qualitätsurteile der Stiftung Warentest (Angaben in Prozent)



Quelle: Stiftung Warentest

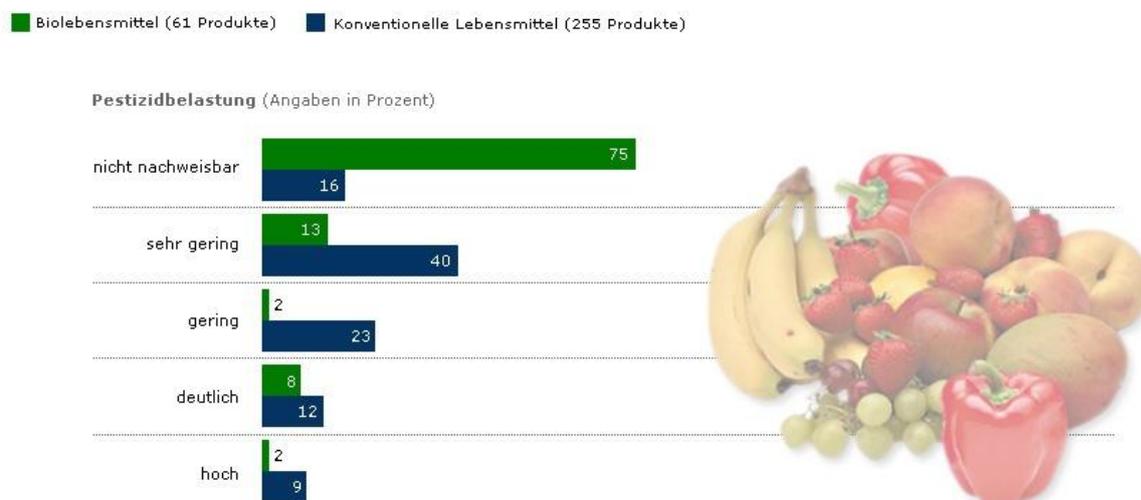
Abb. 8: Gegenüberstellung Biolebensmittel und konventionelle Produkte in einer Studie der Stiftung Warentest (<http://www.spiegel.de/fotostrecke/lebensmitteltest-warum-bio-nicht-immer-besser-ist-fotostrecke-55266-2.html>, 24.08.2012)

In manchen Bereichen allerdings war Bio deutlich besser als Konventionell. So schnitt zum Beispiel die Milch bei 7 getesteten Bioprodukten 6 Mal mit „Gut“ ab, während dies bei der konventionellen Milch nur bei 5 von 12 Produktproben der Fall war. Dem gegenüber schnitt aber zum Beispiel beim Rapsöl das konventionelle deutlich besser ab. Hier erhielten sieben von neun Biorapsölen im Bereich der Sensorik das Testurteil „Mangelhaft“.

Des Weiteren wurde auch die Pestizidbelastung von Bio- und konventionellen Lebensmitteln untersucht (siehe Abbildung 9). Hier kam man bei Bioprodukten zu sehr guten Ergebnissen, doch auch bei konventionellen Produkten liegen die nachweisbaren Pestizidkonzentrationen weit unter der zugelassenen Höchstgrenze. Generell kann gesagt werden, dass die allgemeine Pestizidbelastung immer geringer wird, wie auch aus einer Studie von Greenpeace hervorgeht.

Pestizide: Biolebensmittel im Vorteil

Vergleich von Obst, Gemüse und Tee aus Bio- und konventionellem Anbau in 11 Rückstandstests



Quelle: Stiftung Warentest

Abb. 9: Pestizidbelastung bei Bioprodukten und konventionellen Produkten
<http://www.spiegel.de/fotostrecke/lebensmitteltest-warum-bio-nicht-immer-besser-ist-fotostrecke-55266-4.html>, 24.08.2012)

Zuletzt wurde auch noch die soziale Verantwortung bei der Herstellung von Biolebensmitteln genauer untersucht. Hier kam Stiftung Warentest zu dem Ergebnis, dass dieser bei Biolebensmitteln eine wesentlich größere Rolle zugewiesen wird. Einige der Anbieter von Bioschinken wussten über jeden einzelnen Produktionsschritt im Produktionszyklus des Schinkens Bescheid und nahmen bewusst darauf Einfluss, während das bei konventionellen Produkten nur bei einem von 22 der Fall war.

Auf einer Website des Lebensministeriums, die speziell für Konsumentinnen und Konsumenten erstellt wurde, um diesen das „nachhaltige Einkaufen“ (siehe *Kapitel 2.1.7 Nachhaltig einkaufen*) zu erleichtern (www.bewusstkaufen.at), findet sich auch noch ein Bericht zum Thema „Qualitätsvorteile biologischer Lebensmittel?“. In diesem Artikel wird Kritik an einer von der Universität Stanford veröffentlichten Metastudie zum Vergleich von konventionellen Produkten und Bioprodukten geäußert. In dieser Studie käme man zu dem Ergebnis, dass Biolebensmittel nur unwesentlich (und vernachlässigbar) gesünder seien als konventionell erzeugte Lebensmittel. Die Kritik richtet sich dahingehend, dass man Biolebensmittel nicht nur alleine auf die Inhaltsstoffe reduzieren darf, sondern, dass man auch die ganzen anderen Faktoren wie Produktionsweise und Pestizideinsatz berücksichtigen muss.

Des Weiteren wird kritisiert, dass zwar der Nährstoff- und Vitamingehalt untersucht wurde, nicht aber der Gehalt an bioaktiven Pflanzeninhaltsstoffen. Es wurden zwar Untersuchungen zu der Pestizidbelastung vorgenommen und man kam auch zu dem Ergebnis, dass Konsumentinnen und Konsumenten von Bioprodukten weniger mit Pestiziden „belastet“ waren, allerdings wurde dies in der Stanford-Studie als gesundheitlich nicht unbedingt relevant eingestuft. In dem Artikel wird hingegen darauf hingewiesen, dass eben genau diese Belastung mit Pestiziden und Pflanzenschutzmitteln für die Gesundheit von Menschen gefährlich sein könnte. Diese würden nämlich dazu führen, dass Zivilisationskrankheiten wie Zuckerkrankheit, Übergewicht und Bluthochdruck zunehmen. Jedoch wird das Argument dadurch wieder abgeschwächt, da es keine ausreichenden Untersuchungen zur tatsächlichen Wirkung auf die Gesundheit gäbe.

Ein weiteres Ergebnis der Studie ist, dass man durch den Konsum von konventionell erzeugten Lebensmitteln, auch die Aufnahme von antibiotikaresistenten Bakterien erhöht, was sich im Krankheitsfall negativ auswirken kann. Als Vorteil von Biolebensmitteln erkannte man in der Stanford-Studie den höheren Gehalt an Phosphor und Omega-3, dieses vor allem in Bio-Milch.

Ein großer Kritikpunkt an der Studie ist, dass die Belastung der Umwelt durch die Wirtschaftsweise in der konventionellen Landwirtschaft nicht berücksichtigt wurde. Faktoren wie sauberes Trinkwasser, Biodiversität in der Tier- und Pflanzenwelt, Schutz des Klimas und Verhinderung von Luftverschmutzung blieben in der Studie gänzlich unberücksichtigt.

2.1.8.4 Inhaltstoffe von Bioprodukten

Prinzipiell muss ein Bioprodukt zu 100% aus Erzeugnissen biologischer Herkunft bestehen. Da aber nicht alle Rohstoffe in biologischer Qualität erhältlich sind, gibt es einen Grenzwert von maximal 5% konventionellem Rohstoff-Anteil, der nicht überschritten werden darf. Zusätzlich darf ein geringer Anteil nicht-landwirtschaftlicher-Erzeugnisse im Produkt enthalten sein. Diese sind extra gelistet. Dazu zählen zum Beispiel das als Geliermittel verwendete Pektin und Guakernmehl, das sich beispielsweise häufig in Joghurt als Verdickungsmittel findet. Untersagt ist die Verwendung synthetischer Farbstoffe und Geschmacksverstärkern. Auch bei der Verwendung von Zusatzstoffen gibt es klare Regelungen. Während in konventionellen Produkten bis zu 310 verschiedene Zusatzstoffe verwendet werden dürfen, beschränkt sich die Zahl in der biologischen Lebensmittelerzeugung auf ungefähr ein Zehntel davon.

Bei der Analyse von Biolebensmitteln hinsichtlich sekundärer Pflanzenstoffe, Vitaminen, Mineralstoffen, Pestiziden und Nitraten, aber auch hinsichtlich Trockenmassegehalt und Haltbarkeit gibt es sehr unterschiedliche Ergebnisse. Darauf wird auch schon im *Kapitel 2.1.8.3 Qualitätsvorteile biologischer Lebensmittel?* hingewiesen. Unterschiedliche Studien kommen zu unterschiedlichen Ergebnissen. Manche Studien stellen Biolebensmitteln ein deutlich besseres Zeugnis aus, während andere Studien wieder darauf hinweisen, dass Biolebensmittel in den wenigsten Bereichen deutlich besser abschneiden oder sogar schlechter sind als ihre konventionellen Gegenstücke. Das einzige Ergebnis, das in nahezu allen Studien und Untersuchungen gleich ist, ist die Belastung mit Pestiziden. Diese sind durch den geringeren Einsatz ebendieser in der biologischen Landwirtschaft kaum beziehungsweise nur in sehr geringem Ausmaß nachweisbar. Allerdings ist die Belastung mit Pestiziden, wie aus dem Bericht von Spiegel online hervorgeht, auch bei konventionellen Produkten oft schon deutlich unter der höchst zulässigen Grenze.

Eigenschaften wie Vitamingehalt und die Konzentration von sekundären Pflanzeninhaltsstoffen und Mineralstoffen, sowie Trockenmassegehalt und Haltbarkeit sind, wie auch aus einigen Studien hervorgeht, oftmals nicht auf biologische oder nicht biologische Anbauweise zurückzuführen, sondern eher auf Faktoren wie Reifegrad, Standort, Sortenwahl und dergleichen.

Aus diesem Grund werden an dieser Stelle auch keine Prozentzahlen angegeben, um wie viel Prozent mehr Mineralstoffe oder Vitamine in Biolebensmitteln enthalten sind als in Konventionellen.

2.1.9 Der höhere Preis von Biolebensmitteln

Im Normalfall sind Bioprodukte im Erwerb teurer als konventionell erzeugte Lebensmittel. Grund hierfür ist, dass die Herstellung von Bioprodukten aufwendiger ist. Dies bezieht sich sowohl auf die Produktion, die Verarbeitung, die Verteilung und die Kontrolle der Produkte. Des Weiteren müssen für die Herstellung von Bioprodukten auch höhere Standards eingehalten werden, wie zum Beispiel die Richtlinien der EU oder andere gültige nationale Standards. Im Biolandbau wird keine Massenware erzeugt. Es wird mehr Wert auf Qualität als auf Quantität gelegt. Daher fallen die Ernten oft nicht so üppig aus, was auch einen höheren Preis mitbegründet.

Oftmals wird der im Vergleich zu konventionellen Produkten höhere Preis als Grund für den Nichterwerb biologisch erzeugter Lebensmittel genannt. Vor allem bei Fleischprodukten sind hier oftmals große Preisunterschiede feststellbar, was KonsumentInnen oftmals dazu veranlasst, zur deutlich günstigeren konventionellen Ware zu greifen.

2.1.9.1 Die Produktionskosten

Die erhöhten Produktionskosten ergeben sich oftmals durch in der Arbeit aufwändigere Produktionsverfahren. Des Weiteren ergibt sich der höhere Preis auch durch die geringeren Ernteerträge pro Hektar. Diese ergeben sich dadurch, da auf einer biologisch bewirtschafteten Fläche nicht nur das jeweilige Produkt selbst angebaut wird, sondern auch zum Beispiel Stützfrüchte oder Leguminosen wachsen. Auch durch den nicht vorhandenen Einsatz chemisch-synthetischer Spritzmittel und Pflanzenschutzmittel fällt der Ertrag geringer aus. Durch die Rücksichtnahme auf Kreislaufwirtschaft, Bodenschutz und Humusaufbau und die Schädlingsbekämpfung mittels Nützlingen, wird auf einen gesunden Acker mehr Wert gelegt, als auf einen hohen Ertrag. Auch der Erntezeitpunkt, der so gewählt wird, dass das Produkt seine volle Reife entwickelt hat, kann ein ertragsmindernder Faktor sein, da man als (Bio-)Bäuerin und –bauer sehr stark vom Wetter abhängig ist.

In der Tierzucht wird bewusst auf Hochleistungsfutter verzichtet und auf eine artgerechte Tierhaltung geachtet. Dies bedeutet zum Beispiel auch weniger Tiere auf einer größeren Fläche mit genügend Auslauf und einem ausreichend großem Stall mit viel Licht und frischem Stroh zu halten und führt somit auch wieder zu geringeren „Erträgen“. Auch auf den Kontakt zu Artgenossen und ein artgerechtes Verhalten wird viel Wert gelegt.

2.1.9.2 Die Verarbeitungskosten

Wie bereits unter *Punkt 2.1.8.4 Inhaltsstoffe von Bioprodukten* erwähnt, sind in der biologischen Lebensmittelverarbeitung weitaus weniger Zusatzstoffe erlaubt, als in der konventionellen. Daher ist es notwendig, besondere Rezepturen zu entwickeln und nur hochwertige Zutaten zu verarbeiten. Dies führt dazu, dass die Verarbeitung anspruchsvoller, zeitaufwendiger und kostenintensiver wird.

2.1.9.3 Die Vertriebskosten

Biolebensmittel sind mittlerweile nicht mehr ausschließlich in kleinen Fachgeschäften erhältlich, sondern sie haben auch schon Einzug in die großen Lebensmittelketten gefunden (siehe auch Kapitel *2.1.8 Kennzeichnung von Bioprodukten* oder im Anhang unter *Punkt 11.3.1 Bio-Handelsmarken*). Trotz alledem ergeben sich aber höhere Vertriebskosten, da sich die Kunden eines Naturkostladens Vielfalt und ein gutes Service wünschen. Außerdem handelt es sich im kleinen Fachhandel um viel kleinere Abgabemengen, als im gut sortierten und hochfrequentierten Supermarkt.

2.1.9.4 Die Kontrollkosten

Die speziellen Qualitätsrichtlinien für den Anbau und die Verarbeitung von Biolebensmitteln erfordern spezielle Kontrollen, die am Feld oder im Stall beginnen und im Verkaufsregal enden. Diese Kontrollen haben natürlich auch ihren Preis und der spiegelt sich zum Teil auch in den höheren Preisen der Bioprodukte wieder.

2.1.9.5 Die verborgenen Folgekosten

Bioprodukte leisten durch ihren umweltbewussten Umgang mit Grund und Boden einen wesentlichen Beitrag zur Gesunderhaltung unser aller Lebensraum. Dieser erhöhte Aufwand spiegelt sich letztendlich auch im Preis wider. Konventionelle Produkte sind zwar auf den ersten Blick günstiger, jedoch entstehen durch den übermäßigen Einsatz von zum Beispiel chemisch-synthetischen Spritzmitteln oder die einseitige Nutzung des Bodens Folgen, die die Allgemeinheit dann gesondert bezahlen muss. So müssen zum Beispiel Trinkwasseraufbereitungsmaßnahmen, Hochwasserschutzmaßnahmen oder Maßnahmen zur Vermeidung von Tierseuchen durch eine nicht artgerechte Tierhaltung nachträglich bezahlt werden. All dies ist im Preis für Biolebensmittel schon mit inbegriffen, da diese schon während der Produktion rücksichtsvoll mit der Umwelt umgehen. So wird zum Beispiel der natürliche Hochwasserschutz verbessert, da in einer ökologischen Landwirtschaft auf einen optimalen Humusaufbau geachtet wird und somit der Boden besser durchlässig ist und mehr Wasser aufnehmen kann. Auch durch den verminderten Pestizideinsatz wird die Belastung des Grundwassers minimiert.

2.1.9.6 Tipps der BIO AUSTRIA für einen kostengünstigen Bioeinkauf

In einem Vergleich von Bioprodukten mit konventionellen Markenprodukten stellte sich heraus, dass bio nicht immer teurer ist als konventionell. Zwar liegt zum Beispiel bei der Milch der Preis der Bio-Milch leicht über dem der Konventionellen, dafür waren aber zum Beispiel Bio-Nudeln günstiger als konventionell erzeugte Nudeln.

Auf der Homepage der BIO AUSTRIA findet sich eine kurze Anleitung, wie man biologisch einkaufen kann, trotzdem aber sparen kann. Diese „Checkliste“ wird deshalb in der Arbeit aufgegriffen, da sie sich sehr stark an den Grundsätzen einer nachhaltigen Ernährung (wie bereits in *Kapitel 2.1.2 Definition einer nachhaltigen Ernährung im Allgemeinen* und *2.1.3 Definition einer nachhaltigen Ernährung nach Koerber* erläutert wurde) orientiert.

Die Spartipps der BIO AUSTRIA lauten (BIO AUSTRIA: Wie teuer sind Bio-Lebensmittel wirklich?):

- **mehr Gemüse und Getreideprodukte im Speiseplan**
- **Alkohol und Süßigkeiten reduzieren**
- **Kochen Sie frische Zutaten und keine Fertiggerichte**
- **Wählen Sie Produkte der jeweiligen Jahreszeit, am besten aus der Region**
- **Essen Sie seltener Fleisch, dafür aber qualitativ hochwertige Bio-Ware**
- **Gezielt einkaufen und Wegwerfmenge überdenken**

2.1.10 Ernährungskompetenz

„Ernährungskompetenz wird als die Fähigkeit definiert, theoretische Kenntnisse und praktische Fertigkeiten im Ernährungsalltag in ein angemessenes Handeln umzusetzen. Ernährungskompetenz als eine Schlüsselkompetenz in der Daseinsvorsorge unterstützt die Bewältigung und Gestaltung des Alltagslebens sowohl im häuslichen Ernährungsalltag (Koch- und Konsumkompetenzen) als auch im Marktgeschehen (u. a. Lebensmitteleinkauf)“ (Dr. Margret Büning-Fesel, S.1).

Menschen würden zwar oft über das Wissen, welche Lebensmittel gesund und nachhaltig sind verfügen, könnten dies aber aufgrund der fehlenden Ernährungskompetenz nicht umsetzen. Sie haben Schwierigkeiten damit, die Theorie in die Praxis umzusetzen. Zu dieser Ernährungskompetenz zählt neben dem Wissen auch noch die Fertigkeit, die erworbenen Produkte schmackhaft zuzubereiten. In der heutigen Zeit ist es jedoch immer seltener der Fall, dass in einem Haushalt wirklich selbst gekocht wird. Es fehlen dabei aber nicht nur die Kochfertigkeiten, sondern oftmals auch die dafür erforderliche Zeit. Gerade im Berufsstand der Bäuerinnen und Bauern, die in der Saison viele Stunden am Feld

verbringen und oftmals erst spätabends nach Hause kommen, ist Zeit eine knapp bemessene Ressource. Wenn nun auch der Partner oder die Partnerin mit am Hof tätig ist, oder einer anderen Beschäftigung nachgeht, muss das Essen oft schnell und unkompliziert ausfallen. Diese Komponente sei hier nur als hemmender Faktor erwähnt, zählt aber nicht zur Ernährungskompetenz, da die Bäuerin beziehungsweise der Bauer ja rein theoretisch über das Wissen und die Fertigkeit zum Kochen verfügen könnte, ihr/ihm lediglich die Zeit zur Ausübung dieser die Zeit fehlt.

Ernährungskompetenz wird wesentlich durch die Kindheit geprägt. Das Zuschauen und Mithelfen beim Zubereiten der Speisen in der heimischen Küche oder bei der Großmutter, selten auch beim Großvater, leistet einen wesentlichen Beitrag zur Ausbildung der Ernährungskompetenz. Auch Vorlieben für gewisse Lebensmittel werden in den jungen Jahren unseres Lebens ausgebildet. Hier zeigt sich, dass Eltern bereits einen großen Beitrag zur Weiterentwicklung der Ernährungskompetenz innerhalb der Familie leisten können. Sind es Kinder gewohnt, jeden Tag eine warme, frische zubereitete Speise zu sich zu nehmen, dann steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sie dies auch in ihrem späteren Leben so handhaben werden.

Trotz der Wichtigkeit der Weitergabe der Ernährungskompetenz an die nächste Generation, ist es mittlerweile immer unüblicher, die Kinder in die Ernährung mit einzubeziehen. Die Ernährungsarbeit liegt Großteils meist immer noch bei den Müttern. Kinder werden immer weniger dazu aufgefordert, sich bei der Beschaffung und Zubereitung von Lebensmitteln zu beteiligen. Zusätzlich wird es auch immer unüblicher die Fertigkeiten der Ernährung in der Schule zu unterrichten. War es früher Gang und Gebe Kochunterricht in der Schule zu erhalten, so wird dies an vielen Schulen heutzutage gar nicht mehr angeboten.

Anders scheint die Situation zu sein, wenn beide Elternteile berufstätig sind. Dies wirkt sich dahingehend aus, dass Kinder schon früh lernen selbstständig zu sein und auch für sich selbst zu sorgen. Das führe dann dazu, dass Kinder über eine hohe Ernährungskompetenz verfügen und auch im späteren Leben Ernährungsverantwortung übernehmen.

Ein hemmender Faktor beim Aneignen von Ernährungskompetenz für Männer ist zweifelsohne die geschlechtsspezifische Weitergabe von Kochfertigkeiten. Oftmals gibt die Großmutter ihre Fertigkeiten an die Mutter weiter, diese dann an die Tochter. Das führt dazu, dass Burschen beziehungsweise Männer die Küche als hauptsächlich „weibliches Terrain“ wahrnehmen und dies auch in Zukunft so von ihnen gehandhabt wird. Dies lässt sich auch oft in den im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Interviews erkennen, aber dazu später mehr bei den Ergebnissen.

Vorschläge zur Förderung der Ernährungskompetenz von Frau Dr. Margret Büning-Fesel im Rahmen des 11. aid-Forums:

- **Verbesserung und Förderung der Ernährungskompetenz durch Kochunterricht in der Schule**
- **Die Fertigkeiten der Nahrungszubereitung und der landestypischen Esskultur dürfen nicht in Vergessenheit geraten**
- **Attraktivierung des Themas Ernährung und Konsum für Männer – Männer sollen mehr in die täglichen Ernährungsarbeit mit einbezogen werden**
- **Esskultur muss wieder vermehrt gefördert und wertgeschätzt werden**

In Bezug auf diese Arbeit spielt Ernährungskompetenz dahingehend eine Rolle, dass die Weichen zu einer nachhaltigen Ernährung bereits in der Kindheit gestellt werden könnten oder bereits gestellt worden sind. War beziehungsweise ist es üblich, dass regionale und saisonale Ware verwendet wird, dass Bio- und nachhaltig produzierten Produkten der Vorrang gegeben wird und dass man kaum Fertigprodukte verwendet, so stehen die Chancen gut, dass dies auch in den nachfolgenden Generationen so gehandhabt wird. Verwendet nun eine Biobäuerin oder ein Biobauer aus Überzeugung selbst auch hauptsächlich Bioprodukte, so ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass auch die Kinder in Zukunft,

bei der Ernährung ihrer eigenen Familie, verstärkt auf Bioprodukte zurückgreifen, da ihre Ernährungskompetenz in jungen Jahren dahingehend geprägt wurde.

2.1.11 Konsumpraktiken

In Konsumpraktiken finden das soziale Milieu und der Lebensstile unter Berücksichtigung bestimmter Bedürfnisse, Konsumorientierungen und Handlungen Ausdruck. Zu den Konsumorientierungen zählt zum Beispiel der Preis oder die Gesundheit. Unter einer Handlung wird in diesem Fall verstanden, dass die Person zum Beispiel bevorzugt biologische Lebensmittel kauft. Ausschlaggebend für die Konsumpraktiken sind Merkmale wie Einkommen, Bildung, Geschlecht, aber auch Werthaltungen und Orientierungen, die milieuspezifisch sind. Wie stark die einzelnen Merkmale jedoch mitbestimmend sind, ist von Person zu Person unterschiedlich und ist nicht überall gleich stark ausgeprägt.

Konsumpraktiken bleiben meist das ganze Leben über konstant. Nur manchmal kann es zum Beispiel durch einschneidende Erlebnisse oder durch geänderte Wertorientierungen zu einer Abwandlung dieser kommen.

Konsumpraktiken nehmen auch einen wesentlichen Einfluss auf die alltägliche Lebensführung. Sie entscheiden oft darüber, wie wir unseren Tagesablauf koordinieren, warum wir was gerade zu jenem Zeitpunkt tun und wie wir unterschiedliche Aufgaben und Vorgaben untereinander abstimmen. Sie entscheiden zum Beispiel mit, wie das Thema Ernährung in unseren Alltag integriert wird. Muss sich der Einkauf und die Zubereitungszeit anderen Bereichen wie zum Beispiel der Arbeit unterordnen und muss es deshalb „schnell gehen“ und unkompliziert sein, oder lässt der Beruf so viel Zeit frei, dass man sich ausgiebigst dem Thema Ernährung widmen kann.

„Die Lebensführung wird als systematischer Ort definiert, an dem Personen in ihrem praktischen Alltagshandeln die unterschiedlichen gesellschaftlich ausdifferenzierten Arbeits- und Lebensbereiche, aber auch ihre sozialen Beziehungen gestalten und integrieren“ (Heiler 2009, S. 34).

Zuletzt haben auch noch gesellschaftliche Diskurse zum Thema Gesundheit, Ernährung, Konsum und Umwelt wesentlichen Einfluss auf Konsumpraktiken. Angeleitet durch diese Diskurse entwickeln sich oft wieder neue Leitbilder, die der Mensch dann bei seinem Handeln berücksichtigt. So führte zum Beispiel die vermehrte Präsenz des Themas Klimawandel in den Medien dazu, dass Konsumentinnen und Konsumenten vermehrt auf den Kauf nachhaltig produzierter Lebensmittel achten.

Näheres dazu aber später unter *Kapitel 2.2.5 Konsumstile*.

2.2 Theorien

Für diese Arbeit werden drei theoretische Ansätze herangezogen. Diese sind die Klufthypothese, Theorien zu Lebens-, Ernährungs- und Konsumstilen und zuletzt noch die Bourdieu'sche Ernährungsstil-Theorie.

Diese verschiedenen Theorieansätze sollen es ermöglichen, die Arbeit in bereits erfolgte Forschungen einzugliedern und zum Teil auch, um das Handeln der Menschen besser nachzuvollziehen. Mit Hilfe der Klufthypothese soll die Arbeitshypothese geprüft werden. Diese beiden widersprechen sich und so gilt es herauszufinden, welche Hypothese auf die niederösterreichischen Biobäuerinnen und Biobauern zutrifft.

Durch die unterschiedlichen Typen von Lebens-, Ernährungs- und Konsumstilen soll untersucht werden, ob die Interviewteilnehmerinnen und Interviewteilnehmer im Bereich Ernährung und Konsum gewissen Mustern folgen und sich so bestimmten Typologien zuordnen lassen. Fallen sie deutlich in eine Gruppe oder ist ihr Handeln eine Mischform aus verschiedenen Typologien.

Mit der Theorie von Bourdieu soll untersucht werden, ob durch den Beruf und die Zugehörigkeit zu einer gewissen sozialen Schicht Verhaltensweisen schon von Vornherein festgelegt sind, oder ob diese Theorie, da schon aus einer älteren Zeit stammend, vielleicht gar nicht mehr zeitgemäß ist.

2.2.1 Klufthypothese

Dieser theoretische Ansatz stammt aus der sozialwissenschaftlichen Umweltforschung, genauer gesagt aus der Umweltbewusstseins- und Umwelthandlungsforschung. Er widmet sich der Frage, aus welcher Motivation heraus Menschen unter Berücksichtigung ökologischer Aspekte handeln, welche Rolle dabei dem Umweltbewusstsein zukommt und wodurch ein umweltorientiertes Handeln gefördert beziehungsweise behindert wird.

Es wird davon ausgegangen, dass Menschen, die über ein ausgeprägtes Umweltbewusstsein verfügen dies auch in ihrem Umwelthandeln zum Ausdruck bringen. Dies würde, umgelegt auf die BiobäuerInnen, bedeuten, dass diese aufgrund ihres Umweltbewusstseins im Arbeitsbereich auch in anderen Bereichen, wie zum Beispiel in der Ernährung und bei der Beschaffung von Lebensmitteln auf ein umweltbewusstes Handeln setzen.

Untersuchungen aus der Umweltbewusstseinsforschung kommen meist zu dem Ergebnis, dass es eine „Kluft zwischen Umweltbewusstsein und Umwelthandeln“ (Brunner 2007, S.15) gibt. Diese Kluft soll ausdrücken, dass die Menschen zwar rein theoretisch über ein ausgeprägtes Umweltbewusstsein verfügen und somit auch umweltbewusst handeln würden, dieses dann aber aus unterschiedlichen Gründen, sei es zum Beispiel Bequemlichkeit, nicht in die Tat umsetzen. Umweltbewusstsein ist somit notwendig für Umwelthandeln, setzt dieses aber nicht automatisch voraus. Viel entscheidender für Umwelthandeln können andere Faktoren sein. Zu ihnen zählt zum Beispiel der Lebensstil oder andere Werte und Motive, die nicht umweltbezogen sind.

Annahme aus Umweltbewusstseins- und Umwelthandlungsforschung:



Realität:

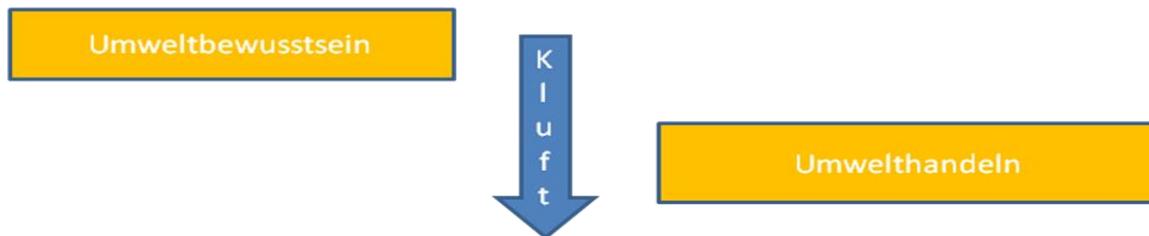


Abb. 10: Klufthypothese (eigene Darstellung)

Aber es gibt auch Handlungsweisen in entgegengesetzter Richtung.

„Auch wenn in einzelnen Feldern (...) Verhaltensänderungen zu registrieren sind, so hängt dieses Verhalten nicht mit den Umwelteinstellungen und dem Umweltwissen der Personen zusammen. Wenn man dieses veränderte Umweltverhalten zum Maßstab nimmt, so muss man feststellen: Es gibt umweltgerechtes Verhalten ohne Umweltbewusstsein“ (Weiß 2006, Absatz 79).

Sobald das Handeln objektive Auswirkungen hat, die der Mensch bewusst wahrnimmt, zum Beispiel den Stromverbrauch, dann kann es auch ohne Umweltbewusstsein zu Umwelthandeln kommen. Diese Menschen handeln dann aber weniger aus Gründen des Umweltschutzes, sondern eher aus Gründen der Sparsamkeit, Gesundheit, Tradition oder Fürsorge für andere. Man spricht dann von einem überdurchschnittlichen Umwelthandeln bei unterdurchschnittlichem Umweltbewusstsein.

Ein Kritikpunkt der Klufthypothese scheint zu sein, dass diese Bewusstsein und Handeln sehr stark miteinander verknüpft. Jedoch ist es im Alltagsleben oftmals so, dass wir nicht immer in denselben Situationen gleich handeln. Dieselbe Handlungsweise in derselben oder einer ähnlichen Situation ist eher selten der Fall. Vielmehr ist unser Umwelthandeln stark mit Werten und Zielen verknüpft. Umwelthandeln nur um der Umwelt willen findet nur sehr selten statt. Vielmehr spielen auch andere Faktoren, wie auch bereits vorher schon erwähnt, eine Rolle.

„In vielen Fällen müssen mit einer Umwelthandlung gleichzeitig mehrere motivationale Bedingungen erfüllt werden, damit sie als akzeptabel erscheint“ (Heiler 2009, S.29).

Oftmals spielt Gesundheit bei umweltbewusstem Handeln im Bereich Ernährung eine entscheidende Rolle. Diese Verbindung verschiedener Motive kann auch als „Motivallianz“ (Heiler 2009, S.29) bezeichnet werden. Diese Allianz kann aber im Bereich der Nachhaltigkeit nicht immer positive Auswirkungen haben. Wird nun zum Beispiel das Motiv Gesundheit durch das Motiv Sparsamkeit ersetzt kann dies zwar im Bereich Energie- und Wassersparen nachhaltig sein, aber wenn es darum geht, aufgrund von Sparsamkeit eher zu konventionellen anstelle von Bioprodukten zu greifen, so beeinflussen sich die beiden Komponenten der „Motivallianz“ eher negativ.

2.2.2 Lebensstile

Wenn man den österreichischen Lebensstil betrachtet, so ergeben sich Merkmale wie „industriegesellschaftliche Wirtschafts- und Konsumform mit hohem Energieeinsatz, hohe Mobilität, extensiver Flächenverbrauch, hohe Stoffdurchsätze, große Konsum- und Abfallquantitäten und hohe Schadstoffemissionen“ (vgl. Heiler 2009, S. 32). Wie aber aus der Lebensstilforschung hervorgeht gibt es den einheitlichen Lebensstil, der nur auf einheitlichen Konsum- und Wertvorstellungen aufbaut, nicht. Es ist vielmehr von einer Vielzahl von Lebensstilen auszugehen.

„Lebensstile sind gruppenspezifische Formen der alltäglichen Lebensführung, -deutung und -symbolisierung von Individuen im Rahmen ökonomischer, politischer und sozialer Kontexte. In ihnen sind die objektive Dimension sozialer Lagen mit der subjektiven Dimension von Mentalitäten und Wertvorstellungen verknüpft“ (Heiler 2009, S. 32).

Des Weiteren können Lebensstile nicht klar danach differenziert werden, dass sie entweder nur ökologisch oder nur unökologisch sind. Es ist vielmehr so, dass der ökologische Aspekt in unterschiedlichen Lebensstilen verschieden stark ausgeprägt ist. So gibt es auch unterschiedlich starke Zusammenhänge zwischen Umweltbewusstsein und Umwelthandeln (siehe auch *Kapitel 2.2.1 Klufthypothese*). Menschen, die bewusst auf die Umwelt achten und das auch in ihrem Handeln ausdrücken, sind nicht nur in einer Lebensstilgruppe zu finden. So ist es durchaus möglich, dass sich ein positiver Umweltgedanke bei konservativ eingestellten Menschen findet, nicht aber bei traditionell veranlagten Menschen. Man spricht dann von sogenannten „Patchwork-Lebensstilen“ (Heiler 2009, S. 32). Damit soll ausgedrückt werden, dass Zugehörige eines Lebensstils nicht in allen Bereichen ein positives Umwelthandeln aufweisen, sondern dass häufig umweltbewusstes Handeln neben unökologischem Handeln stattfindet.

2.2.2.1 Lebensstile nach dem ISOE

Das ISOE ist das Institut für sozial-ökologische Forschung in Frankfurt. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieses Instituts haben versucht, vorhandene Lebensstilkonzepte dahingehend genauer zu betrachten, welche Gründe zu einer bestimmten Handlungsweise von Menschen führen. Ziel war es, Lebensstilkonzepte für die Nachhaltigkeitsforschung zu verbessern und somit anwendbarer zu gestalten. Neben den typischen demographischen Faktoren wie Alter, Geschlecht und Familienstruktur und persönlichen Faktoren wie Werthaltungen und Einstellungen wurde nun auch das Verhalten in bestimmten Alltagssituationen (Einkauf, Mobilität,...) mit einbezogen.

Dadurch ergeben sich neue Betrachtungsmöglichkeiten. So wird es zum Beispiel möglich, den Zusammenhang von Orientierungen und Verhalten genauer zu untersuchen. Es werden „gruppenspezifische Muster von sozialer Situiertheit, Orientierungen und Verhalten anhand von ganzheitlichen und verstehbaren Charakterisierungen von verschiedenen Typen“ (Hayn, Schultz 2004, S.3-4) dargestellt.

Mithilfe des Projekts „Bio+Pro“ wurden nun unterschiedliche Lebensstile in Hinblick auf Biolebensmittel entwickelt. Im Projekt wurden mittels Fragebögen Biokäuferinnen und -käufer zu folgenden Themen befragt: Einstellung zu Biolebensmitteln, aufgesuchte Einkaufsstätten, Häufigkeit des Einkaufs von Biolebensmitteln und ob es eine Bevorzugung bei bestimmten Produktgruppen gibt.

Als Ergebnis der Auswertung der Fragebögen wurden 5 Lebensstilgruppen definiert (Hayn, Schultz 2004, S. 4):

- **die ganzheitlich Überzeugten**
- **die arrivierten Anspruchsvollen**
- **die 50+ Gesundheitsorientierten**
- **die distanziert Skeptischen**
- **die jungen Unentschiedenen**

2.2.2.1.1 Die ganzheitlich Überzeugten

Sie streben nach einem „sinnerfüllten Leben im Einklang mit der Natur“ (Hayn, Schultz 2004, S.4). Typisch ist, dass dieser Lebensstiltyp über ein sehr breites Wissen im Bereich Ernährung verfügt und dieses auch gerne beim Kochen anwendet. Es wird oft und meist auch sehr aufwendig gekocht. Wenn eine „ganzheitlich Überzeugte“ beziehungsweise ein „ganzheitlich Überzeugter“ älter wird, so legt er besonderen Wert auf Gesundheit und Körper. Ihre/Seine Ernährungsgewohnheiten können meist als nachhaltig angesehen werden, da Genuss und ethischen Gedanken bei der Speisenauswahl und auch –zubereitung ein großer Stellenwert zugeschrieben wird. Häufig findet man Frauen, die entweder gerade mitten im Familienleben stecken oder deren Kinder bereits auf eigenen Beinen stehen in dieser Lebensstilgruppe. Sie verfügen meist über einen höheren Grad an Bildung und sind im mittleren beziehungsweise höheren Gehaltsbereich angesiedelt. Oftmals sind sie auch in sozialen Berufen tätig.

2.2.2.1.2 Die arrivierten Anspruchsvollen

Wenn dieser Lebensstiltyp Biolebensmittel kauft, dann tut sie/er dies vor allem aus dem Grund, weil Kinder mit im Spiel sind. „Arrivierte Anspruchsvolle“ verfügen über ein ganzheitliches Gesundheitsverständnis und auch der Wellnessfaktor von Produkten spielt oftmals eine wichtige Rolle. Da sie sehr viel Wert auf Geschmack und Stil legen, macht sie das zu einer sehr anspruchsvollen Lebensstilgruppe. Häufig findet man unter ihnen Mütter mit meist noch kleinen Kindern, die eine gute Ausbildung genossen haben und gut situiert sind. Die Meisten sind zwischen Ende zwanzig und Mitte vierzig. Die derzeitige Berufsausübung beschränkt sich auf Teilzeitarbeit oder wird aufgrund der familiären Situation kurzzeitig sogar ganz aufgegeben.

2.2.2.1.3 Die 50+ Gesundheitsorientierten

Typisch für die Zugehörigen dieser Gruppe ist, dass sie eine traditionelle Grundeinstellung haben, regelmäßig kochen und besonderen Wert auf regionale und saisonale Produkte legen. Oftmals kommt es aufgrund von Krankheiten oder Beschwerden, die mit zunehmendem Alter auftreten zu einer Umorientierung in der Ernährung. Daraus resultiert auch oft der Gedanke, dass man mit seinem Handeln nicht nur sein eigenes Leben gestaltet, sondern dass man auch ganz wesentlich auf die Zukunft der anderen Menschen und der Natur einen Einfluss hat. Häufig findet man in dieser Gruppe Personen, die bereits über 60 Jahre alt sind und nur über ein relativ geringes Einkommen verfügen. Sie wohnen häufig am Land oder in Kleinstädten.

Da in meinen Interviews jedoch niemand dabei ist, der vom Alter her in diese Gruppe fallen würde, wird sie nur der Vollständigkeit halber erwähnt. Trotzdem wäre es möglich, dass neben dem Alter andere Charakteristika dieser Gruppe auf die ein oder andere InterviewteilnehmerIn zutreffen.

2.2.2.1.4 Die distanziert Skeptischen

Hochwertige und gesunde Ernährung spielen bei den „distanziert Skeptischen“ nur eine untergeordnete Rolle. Einen weitaus höheren Stellenwert haben Fertig- und Convenience-Produkte. Biolebensmittel landen meist eher „aus Versehen“ im Einkaufswagen und werden nur sehr selten und unregelmäßig konsumiert. Für sie haben Gesundheit und Fitness einen hohen Stellenwert und selbst zu kochen kommt für „distanziert Skeptische“ nicht in Frage. Häufig findet man alleinstehende Männer und Paare, die kinderlos sind in dieser Gruppe. In vielen Fällen sind sie Angestellte oder müssen aufgrund ihrer Arbeit viel reisen. Oftmals fallen auch Angehörige aus dem Dienstleistungssektor in diese Lebensstilgruppe.

2.2.2.1.5 Die jungen Unentschiedenen

Hier herrscht eine große Unsicherheit im Bereich Ernährung vor. Oftmals ist dies in jungen Familien mit kleinen Kindern der Fall. Gekocht wird, weil man etwas essen muss und auch bei der Herkunft der Lebensmittel wird eher wenig darauf geachtet, ob diese regional und saisonal sind. Faktoren wie Preis und ein geringer Aufwand beim Kochen sind ausschlaggebend für die Wahl der Lebensmittel. Typisch für diese Lebensstilgruppe sind eine hedonistische Lebenseinstellung und ein Alter von unter 30. Häufig verfügen sie nur über einen niedrigen Schulabschluss und auch das Gehalt ist im unteren Bereich angesiedelt.

2.2.2.2 Sinus-Milieus in Österreich

Die Sinus-Milieus sind ein von INTEGRAL und SINUS 10 entwickeltes Modell, das es ermöglicht, Menschen nach ihren Werthaltungen und Lebensweisen zu gruppieren. Untersucht werden Werthaltungen zu Themen wie Arbeit, Freizeit, Familie, Partnerschaft, Politik und, für diese Arbeit besonders von Bedeutung, **Konsum**. Diese Themen werden dann im Zusammenhang mit den demographischen Kennzeichen Alter, Bildungsgrad und Einkommensniveau genauer betrachtet und zu einzelnen Gruppen zusammengefasst.

Diese Gruppen ergeben sich durch „Menschen und Verbrauchersegmente mit ähnlichen Auffassungen, Lebens-, **Konsum**- und Arbeitsweisen“ (Integral: Sinus, S.2).

Berücksichtigt werden (Integral:Sinus, S.2):

- **Grundorientierung und Werte (Lebenseinstellung, Familie, Politik, Religion, etc.)**
- **Lebensstil, Geschmack, Führungsstil**
- **Kommunikationsstrukturen**
- **Wohn- und Arbeitsbereichumfelder**

Für Österreich ergeben sich somit 10 verschiedene Sinus-Milieus, die in nachfolgender Abbildung dargestellt sind:

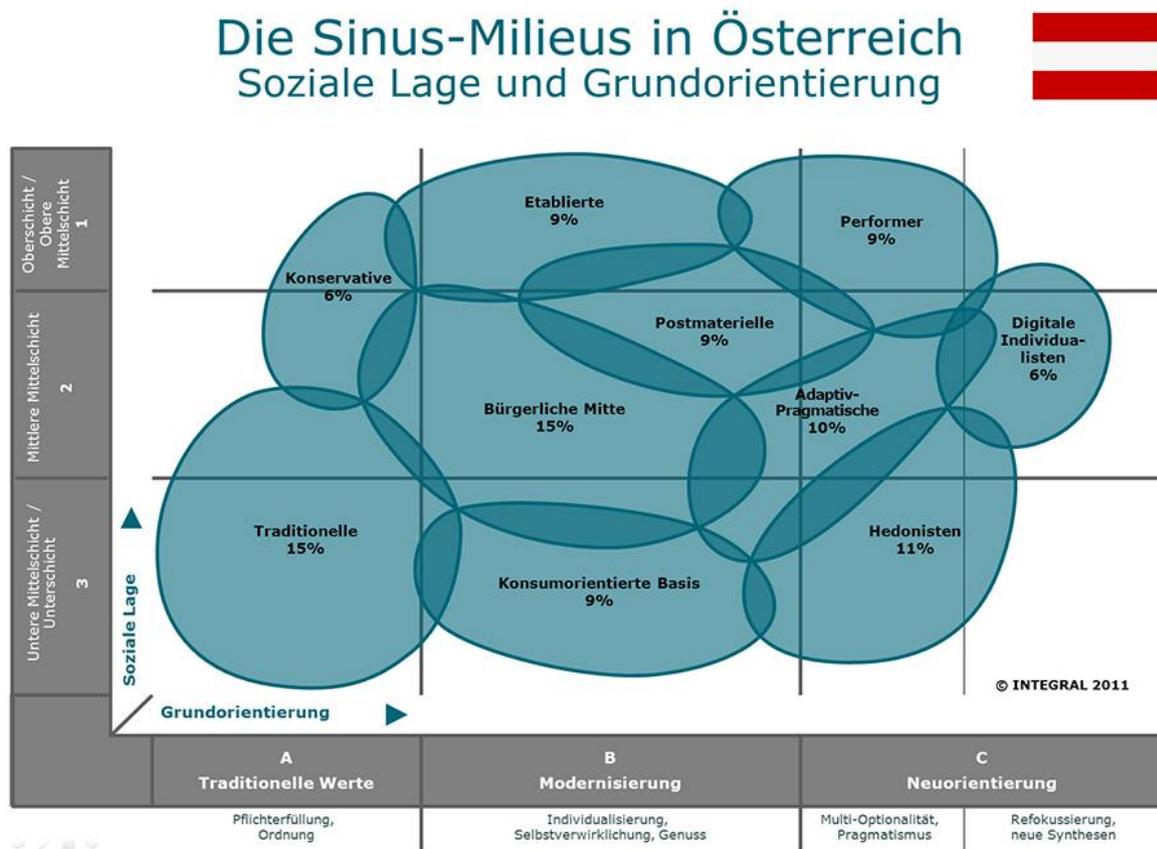


Abb. 11: Sinus-Milieus in Österreich (<http://www.integral.co.at/de/sinus/milieus.php>, 22.10.2012)

Je weiter oben ein Milieu liegt, desto höher ist der Grad an Bildung, das Einkommen und der ausgeübte Beruf derjenigen Person. Auf der Achse der Grundorientierungen gilt: je weiter rechts das Milieu angesiedelt ist, desto modernere Grundeinstellungen hat der Mensch.

Da die 10 Milieus, so wie sie in dieser Abbildung dargestellt sind, nicht so viel Bezug zum Thema dieser Arbeit haben, wird auf eine Beschreibung der einzelnen Gruppen an dieser Stelle verzichtet. Da aber eine Definition, wer nun in das jeweilige Sinus-Milieu fällt, durchaus für das Verständnis des nächsten Punktes (*Punkt 2.2.2.3 Versuch der Einordnung der ISOE-Lebensstiltypen in die Sinus-Milieus von Österreich*) wichtig ist, wurde die Beschreibung der unterschiedlichen Gruppen in den Anhang unter *Punkt 11.4 Beschreibung der Sinus-Milieus in Österreich* gestellt.

2.2.2.3 Versuch der Einordnung der ISOE-Lebensstiltypen in die Sinus-Milieus von Österreich

Da die ISOE-Lebensstiltypen in Deutschland entwickelt wurden, aber eine hohe Aussagekraft in Bereich der Ernährung mit und dem Konsum von Biolebensmitteln haben, wurde versucht, das „deutsche Modell“ in ein bestehendes „österreichisches Modell“ zu integrieren, dass nicht so viel Bezug zu den für diese Arbeit relevanten Themen hat. Ziel ist es, eine Kombination zu erzeugen, die auf die Österreichischen Biobäuerinnen und Biobauern bei der Untersuchung von Lebensstilen anwendbar ist.

Die „ganzheitlich Überzeugten“ passen auf Grund der Übereinstimmung der demographischen Faktoren hoher Bildungsgrad und hohes Einkommen in den Bereich der „Konservativen“ und der „Etablierten“. Auch der Punkt, dass Ethik bei der Speisenauswahl eine wichtige Rolle spielt war ausschlaggebend für die Zuordnung in diesen Bereich, da auch bei den Konservativen Ethik eine wesentliche Rolle spielt. In der Beschreibung der Sinus-Milieus wird von einer „hohen Verantwortungsethik“ gesprochen. Durch die Bedeutung von Harmonie und Balance für Etablierte und den Wunsch nach Einklang mit der Natur bei den ganzheitlich Überzeugten, ist auch eine Ausdehnung auf den Bereich der Etablierten gerechtfertigt.

Wenn man nun die „arrivierten Anspruchsvollen“ für den Versuch der Einordnung in das andere Modell genauer betrachtet, so wird man im Bereich der „Performer“ und zum Teil auch im Bereich der „Etablierten“ fündig. Man findet sie alle im Bereich der „gehobenen Milieus“. Zugehörige der Gruppe der arrivierten Anspruchsvollen verfügen über eine gute Ausbildung und sind gut situiert. Die Arbeitsausübung in Teilzeit beziehungsweise der zeitweilige Verzicht auf Arbeit auf Grund des Vorhandenseins von kleinen Kindern kann im Bereich der Performer durch die „flexible Leistung“ ausgedrückt werden. Die große Bedeutung von Geschmack und Stil spiegelt sich in der „hohen Statusorientierung“ der Etablierten wider.

Wie auch bereits schon unter *Punkt 2.2.2.1.3 Die 50+ Gesundheitsorientierten* erwähnt, hat diese Gruppe keine besondere Relevanz für diese Arbeit, sie wird hier aber trotzdem, der Vollständigkeit halber eingeordnet und dargestellt.

Die 50+ Gesundheitsorientierten sind auf Grund ihres Alters klar der Gruppe der „Traditionellen“ zuzuordnen. In diese Gruppe fallen all jene, die der Kriegs- und Nachkriegsgeneration angehören. Sie sind auch noch weitgehend in der „alten kleinbürgerlichen Welt“ verwurzelt. Ein weiteres Sinus-Milieu, das auch noch zu der Gruppe der 50+ Gesundheitsorientierten passt, ist die „bürgerliche Mitte“. Charakteristisch ist die Bedeutung von Ruhe und Entschleunigung und dass meist schon „gesicherte und harmonische Verhältnisse“ vorherrschen. Die Meisten haben beruflich etwas erreicht und sind schon im Ruhestand oder werden es bald sein.

Bei einer genaueren Betrachtung der „distanziert Skeptischen“, scheint eine Zuordnung zu den zwei Sinus-Milieus „Digitale Individualisten“ und „Adaptiv-Pragmatische“ sinnvoll. Die digitalen Individualisten scheinen sich durch den hohen Grad an Vernetzung mit anderen Menschen und die weltweite Mobilität anzubieten. Distanziert Skeptische müssen oft auf Grund ihres Berufes reisen und dies legt die Vermutung nahe, dass sie auch immer wieder auf der „Suche nach neuen Erfahrungen“ sind. Die Adaptiv-Pragmatischen bieten sich durch ihre „starke Leistungsorientierung“ und die „Bedeutung von Spaß und Unterhaltung“ als passende Gruppe an. Da unter den distanziert Skeptischen häufig alleinstehende Männer oder kinderlose Paare zu finden sind, dürfen solche Faktoren einen höheren Stellenwert haben als zum Beispiel bei den arriviert Anspruchsvollen.

Zuletzt bleiben noch die „jungen Unentschiedenen“. Diese können am ehesten in den Bereich der „Konsumorientierten Basis“ und der „Hedonisten“ eingegliedert werden. Kochen ist für die jungen Unentschiedenen eher ein „lästiges Übel“ und wird gemacht, weil es notwendig ist zu essen. Auch die Herkunft der Lebensmittel, sowie Regionalität und Saisonalität spielen nur eine untergeordnete Rolle. Wichtiger scheint ein „Anschluss an die Kosumstandards“ anderer Milieus, was einen prägenden Faktor im Milieu der konsumorientierten Basis darstellt. Im Bereich der Hedonisten ist charakteristisch, dass Menschen aus diesem Bereich eher „momentbezogen“ leben, was wieder für das mangelnde Interesse bei der Auswahl von Lebensmitteln spricht. Es ist nicht wichtig wie diese Lebensmittel produziert wurden und welche Auswirkungen sie auf die Umwelt oder auf die eigene Gesundheit haben, sondern der ausschlaggebende Faktor ist, „Kann ich mir das im Moment leisten?“ und „Habe ich darauf gerade Lust?“.

Die unter Anführungszeichen gesetzten Begriffe stammen meist aus einer Literaturquelle und werden der Einfachheit halber beziehungsweise um die Flüssigkeit des Textes nicht zu stark zu beeinträchtigen, nicht jedes Mal extra zitiert. Sie stammen aus dem Informationsfolder der Integral:Sinus über die Sinus-Milieus in Österreich oder aus dem Bericht von Hayn und Schultz über die ISOE-Lebensstile.

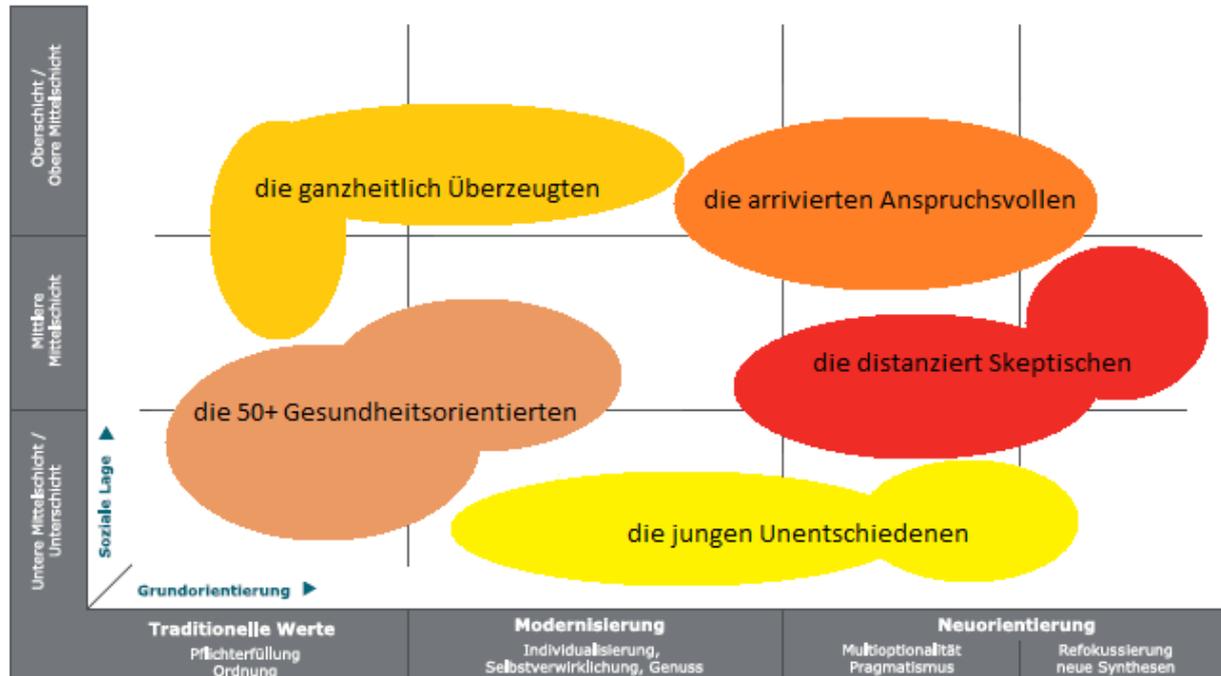


Abb. 12: Darstellung der ISOE-Lebensstiltypen im Modell der Sinus-Milieus (eigene Bearbeitung)

Die Abbildung zeigt anschaulich die zuvor gerade erfolgte Zuordnung der ISOE-Lebensstiltypen in das Modell der Sinus-Milieus.

2.2.3 Ernährungsstile

Ernährungsstile beschreiben Menschen anhand ihrer „ernährungsbezogenen Orientierungen“ (Brunner 2007, S. 27). Es werden Personen, die ähnliche Ernährungsansprüche und Ernährungsgewohnheiten besitzen zu einem Lebensstil zusammengefasst. Außerdem werden bei der Einteilung auch Faktoren wie finanzielles Einkommen, Grundeinstellungen und Werthaltungen, das Alter beziehungsweise die Lebensphase, in der sich der jeweilige Mensch gerade befindet (Ausbildung, Familiengründung, Ruhestand,...) und auch die derzeitige Wohnsituation (bei den Eltern, Singlehaushalt, Familienhaushalt,...) berücksichtigt.

Die Ernährungsstile dienen dazu, das Verhalten der Menschen im Bereich der Ernährung und des Konsums besser zu verstehen und ihre Wünsche und Anforderungen an die Ernährung zu erkennen. Dies ist vor allem dann wichtig, wenn man Anhaltspunkte sucht, wie man gewisse Ernährungstypologien zu einer nachhaltigen Ernährung bewegen kann. Dieser Punkt war für diese Arbeit weniger ausschlaggebend, da nur untersucht wurde, wie sich Biobäuerinnen und Biobauern ernähren und nicht wie man sie dazu bringen kann sich nachhaltiger zu ernähren.

Ein wesentlicher Punkt dieser Ernährungsstile, der auch für diese Arbeit von Interesse ist, ist der, dass das Konzept der Ernährungsstile die „motivationale Ebene der Einstellungen und Orientierungen mit der Verhaltensebene“ (Stieß, Hayn 2005, S.19) verknüpft und es somit möglich macht, den Grund für ein bestimmtes Handeln im Bereich Ernährung und Konsum darzustellen.

2.2.4 Ernährungsstile nach dem ISOE

Ziel der Erstellung dieser Typologie ist zu untersuchen, welche Zusammenhänge es zwischen dem Ernährungsverhalten und Faktoren wie Berufstätigkeit, Arbeitsaufteilung im Haushalt und den Freizeitaktivitäten gibt. Für die Entwicklung dieser Typologien wurde vom ISOE im Rahmen des Projekts „Ernährung im Alltag“ quantitative Befragungen durchgeführt, in denen auf die Bereiche Ernährung, Gesundheit, Einkauf, die Zubereitung von Mahlzeiten und die gewählten Produkte und deren Qualität näher eingegangen wurde. Es wurden auch Gewohnheiten beim Einkauf und bei der Zubereitung von Speisen abgefragt und wie es sich verhält, wenn man Außer-Haus isst. Auch ob es Besonderheiten bei bestimmten Produktgruppen gibt und wie man zu Informationen über das Thema Ernährung kommt, beziehungsweise ob es aus irgendwelchen bestimmten Gründen (Krankheit, Geburt eines neuen Familienmitglieds,...) in letzter Zeit zu einer Änderung des Ernährungsverhaltens kam, wurde eruiert. Zuletzt wurde auch noch die Frage gestellt, wie denn so ein typischer Tagesablauf im Bezug auf die Ernährung innerhalb der Familie aussieht (vgl. Hayn, Schultz, S.6).

So ergaben sich sieben Ernährungsstil-Typen (Hayn, Schultz, S.6):

- die desinteressierten Fast Fooder
- die Billig- und Fleisch-Esser
- die freudlosen Gewohnheitsköche und –köchinnen
- die fitnessorientierten Ambitionierten
- die gestressten Alltagsmanagerinnen
- die ernährungsbewussten Anspruchsvollen
- die konventionellen Gesundheitsorientierten

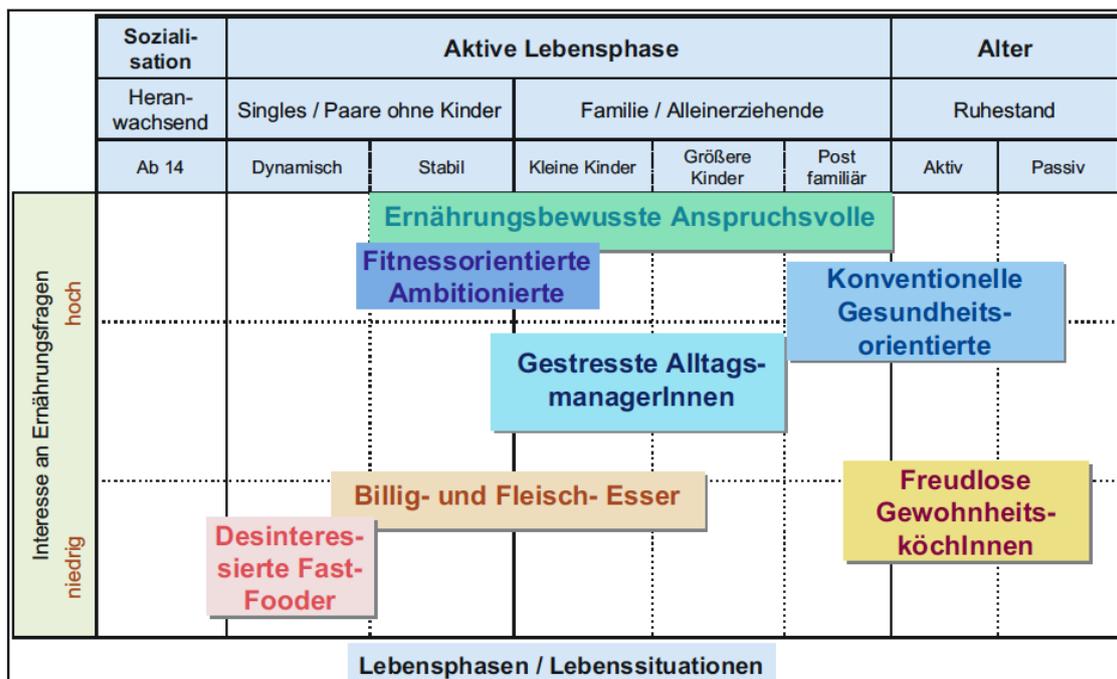


Abb. 13: Ernährungsstile der ISOE (<http://www.klima-kampagnen-baukasten.de> 1, 22.10.2012)

Die Abbildung zeigt sehr übersichtlich die unterschiedlichen Ernährungsstil-Typologien und ermöglicht es gleichzeitig bestimmte Charakteristika der einzelnen Gruppen herauszulesen, ohne die genaue Beschreibung der einzelnen Typen zu kennen. Als Ergänzung der Abbildung werden nun nachfolgend die einzelnen Lebensstile detaillierter beschrieben.

2.2.4.1 Die Desinteressierten Fast Fooder

Typisch für diesen Ernährungsstil ist das fehlende Interesse am Thema Ernährung und am Kochen. Die Nahrungsaufnahme erfolgt dann, wenn sie gerade Lust auf etwas zu essen verspüren oder wenn sie gerade Hunger haben. Einen geregelten Tagesablauf mit Mahlzeiten zu festen Zeiten gibt es nicht. Meist wird auch auswärts gegessen. „Insgesamt ist dieser Ernährungsstil gekennzeichnet von einer Auflösung konventioneller Rhythmen und Enthäuslichung der Ernährung“ (Hayn, Schultz 2004, S. 11). Dies zeigt sich auch im Arbeitsalltag. Der Desinteressierte Fast Fooder geht zur Arbeit, da es notwendig ist, um Geld zu verdienen, das Hauptaugenmerk des Tages liegt aber auf der Feierabend- beziehungsweise Freizeitgestaltung. Häufig findet man den Desinteressierten Fast Fooder unter jüngeren Singles oder Paaren um die 25 Jahre. Es ist ein typischer Ernährungsstil aus der Vorfamilienphase.

2.2.4.2 Die Billig- und Fleisch-Esser

Wichtig ist, dass Lebensmittel beziehungsweise Speisen günstig im Preis und einfach in der Zubereitung sind. Der Gesundheitsaspekt ist ihnen dabei nicht so wichtig. Wichtiger ist es, dass das Essen lange satt macht und gut schmeckt. Wenn selbst gekocht wird, dann geschieht dies ohne großen Aufwand und unter Verwendung eines hohen Anteils an Convenience-Produkten. Auch der Anteil an Fleisch ist hoch. Auch hier zeigt sich, wie schon bereits bei den Fast Foodern, dass die Alltagsroutine gerne durchbrochen wird. Fixe Essenszeiten werden abgelehnt und die Inanspruchnahme von Convenience-Nahrungsmitteln steigt. Gemeinsame Mahlzeiten mit anderen (Kollegen, Familienmitglieder,...) haben keine so große Bedeutung. Typisch ist diese Ernährungsstil-Typologie im mittleren Altersbereich um die 38 Jahre. Man findet viele Singles unter ihnen, aber auch Paare und Familien fallen häufiger in diese Gruppe.

2.2.4.3 Die freudlosen Gewohnheitsköchinnen und -köche

Dieser Ernährungsstil zeichnet sich dadurch aus, dass an bestehenden Ernährungsgewohnheiten festgehalten wird, auch wenn zum Beispiel ein veränderter Gesundheitszustand oder ein Wechsel im Berufsalltag vorliegt. Gegessen wird, weil es der Körper so verlangt. Genuss und Freude beim Essen spielen nur eine sehr untergeordnete Rolle. Wenn es darum geht, etwas Neues auszuprobieren, dann ist die freudlose Gewohnheitsköchin/der freudlose Gewohnheitskoch dem gegenüber sehr skeptisch. Typisch ist auch die Fokussierung auf das eigene zu Hause als Lebensmittelpunkt und die mangelnden sozialen Kontakte. Überdurchschnittlich häufig sind in dieser Gruppe übergewichtige Personen vertreten. Die meisten Zugehörigen sind über 60 Jahre alt und wohnen in Single- oder Zweipersonen-Haushalten. Das Einkommen ist meist gering.

2.2.4.4 Die fitnessorientierten Ambitionierten

Diese Menschen erhoffen sich durch die richtige Ernährung eine Aufrechterhaltung der Leistungsfähigkeit und der Gesundheit des Körpers. Dies spiegelt sich auch in einer schlanken Figur und einem gepflegten Äußerem wider. Im Bereich der Ernährung werden sowohl Bioprodukte als auch Convenience-Produkte konsumiert. Wichtig ist dabei die Vereinbarkeit mit dem Berufsleben. Wenn es der Arbeitstag nicht zulässt, dass täglich warm gekocht wird, dann ist die Bereitschaft groß, Außer-Haus-Angebote in Anspruch zu nehmen. Die fitnessorientierten Ambitionierten weisen in diesem Bereich eine hohe Flexibilität auf. Wichtig ist nur, dass einmal am Tag die Möglichkeit besteht, im Kreise der

Familie gemeinsam zu essen. Häufig findet man Selbstständige oder Freiberufliche in dieser Gruppe vor. Diese sind meist im mittleren Alter und verfügen über ein höheres Einkommen.

2.2.4.5 Die gestressten Alltagsmanagerinnen

Bei dieser Ernährungsstil-Typologie herrscht ein hohes Interesse an Ernährung vor. Dieses ist auch oft darin begründet, dass Kinder mitversorgt werden müssen. Besonderes Augenmerk wird darauf gelegt, dass beim Kochen viel frisches Obst und Gemüse verwendet wird, dass es regelmäßige Mahlzeiten gibt und dass die Mahlzeiten abwechslungsreich gestaltet sind. Jedoch gilt es dabei einige Hürden zu überwinden. Meist erfährt die gestresste Alltagsmanagerin nicht viel Unterstützung und so wird die Ernährungsaufgabe bald zum „notwendigen Übel“. Daher sind Convenience-Produkte eine willkommene Erleichterung im Ernährungsalltag. Biolebensmittel werden aber eher kritisch beäugt. Generell findet sich dieser Ernährungsstil im Bereich der Familien. Familie und Haus werden einerseits als Faktor gesehen, auf den man stolz ist und um den es sich so gut wie möglich zu kümmern gilt, allerdings ist das für die gestresste Alltagsmanagerin aufgrund der Mehrfachbelastungen nicht immer so leicht möglich. Es gibt eine starke Sehnsucht nach mehr Unterstützung innerhalb der Familie und den Wegfall einiger Pflichten, um auch wieder mehr Zeit für sich selbst zu haben. In dieser Gruppe findet man vor allem Frauen vor, bei denen zu Hause noch die typische Geschlechtertrennung vorherrscht.

2.2.4.6 Die konventionellen Gesundheitsorientierten

Hier spielt Ernährung eine wichtige Rolle. Sie ist sehr stark mit Gesundheitsfragen verknüpft und auch der Genuss und familiäres Beisammensein haben einen hohen Stellenwert. Bei der Auswahl der Lebensmittel ist es wichtig zu wissen, wo diese herkommen und auch die Bereitschaft Biolebensmittel zu kaufen ist in dieser Gruppe sehr hoch. Ernährung muss eine positive Auswirkung auf Körper und Gesundheit haben. Typisch ist dieser Ernährungsstil für die (post)Familienphase.

2.2.4.7 Die ernährungsbewussten Anspruchsvollen

Auch hier wird der Ernährung eine hohe Bedeutung beigemessen. Es herrscht ein ganzheitliches Gesundheitsverständnis vor und Merkmale wie Qualität, Herkunft, Regionalität und Saisonalität spielen eine wesentliche Rolle bei der Auswahl von Lebensmitteln. Mahlzeiten mit der ganzen Familie und das Genießen von Lebensmitteln sind für die ernährungsbewussten Anspruchsvollen sehr wichtig. Überdurchschnittlich häufig sind hier Personen im Ruhestand vertreten.

2.2.5 Konsumstile

Ausschlaggebend für die Einteilung in gewisse Konsumstile sind die „Leitbilder und Grundorientierungen im Bereich Konsum“ (Weiß 2006, Absatz 100), die Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Schicht und die derzeitige Lebenssituation.

„Konsum ist wichtiger Bestandteil des Selbstverständnisses eines jeden einzelnen von uns und dient nicht nur der Befriedigung materieller Wünsche“ (Klima Kampagnen Baukasten 2).

Konsum hat in verschiedenen Bevölkerungsgruppen einen ganz unterschiedlichen Stellenwert. Diese werden versucht durch diese Konsumstile darzustellen.

2.2.6 Konsumstile nach dem ISOE

Auch in diesem Bereich hat das ISOE Forschungen unternommen. Mit Hilfe der Studie "Haushaltsexploration der Bedingungen, Möglichkeiten und Grenzen nachhaltiger Konsummuster", die auch kurz mit „Konsumstil-Studie“ abgekürzt wird, wurden 10 unterschiedliche Gruppen von Konsumstilen entwickelt (Klima Kampagnen Baukasten 2):

- die durchorganisierten Ökofamilien
- die Alltags-Kreativen
- die jungen Desinteressierten
- die Konsum-Genervten
- die schlecht gestellten Überforderten
- die Ländlich-Traditionellen
- die unauffälligen Familien
- die aktiven Seniorinnen und Senioren
- die jungen Berufsorientierten
- die statusorientierten Privilegierten

Zusätzlich zu diesen 10 Konsumstilen gibt es auch noch eine weitere Einteilung dieser in 4 „Übergruppen“ (Weiß 2006, Absatz 100):

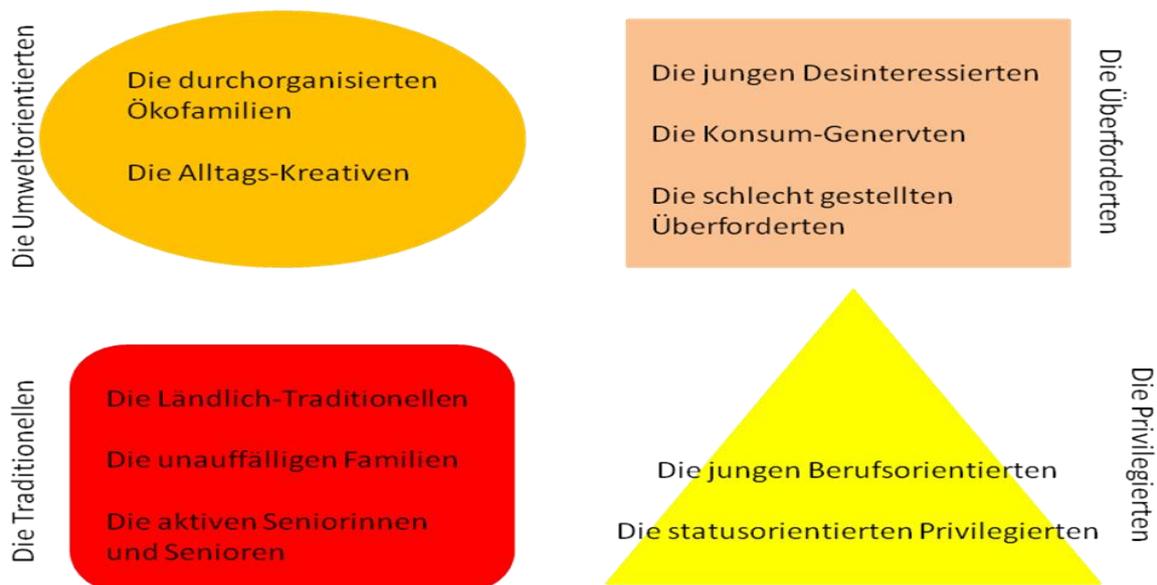


Abb. 14: Einteilung der Konsumstil-Typen in 4 Übergruppen (eigene Darstellung)

Es folgt nun eine detaillierte Beschreibung der 10 Konsumstile. Auch wenn nicht alle auf den ersten Blick für diese Arbeit als zutreffend erscheinen, werden sie der Vollständigkeit halber vorgestellt und womöglich lassen sich dann bei einer späteren Zuordnung zu den Interviewteilnehmerinnen und -teilnehmern auch Überschneidungen einzelner Gruppen erkennen.

2.2.6.1 Die Umweltorientierten

Zur Gruppe der Umweltorientierten zählen die „durchorganisierten Ökofamilien“ und die „Alltags-Kreativen“. Typisch für diese Übergruppe ist die Offenheit für ein nachhaltiges Konsumverhalten und ein großes Umweltbewusstsein.

2.2.6.1.1 Die durchorganisierten Ökofamilien

Sie verfügen über ein gutes finanzielles Einkommen. Ökofamilien haben meist mindestens ein Kind. Dieser Konsumtyp verfügt über ein breites Umweltwissen und wäre auch bereit es vermehrt einzusetzen. Allerdings muss er aufgrund bestimmter Alltagssituationen immer wieder Kompromisse eingehen. Meist sind beide Ehepartner berufstätig, was die verfügbare Zeit sehr einschränkt und somit die Verwendung von Convenience-Produkten notwendig macht. Die Koordination des Tagesablaufes erfordert einen großen Organisationsaufwand, und das bedingt oft, dass Umwelthandeln, das als zu aufwendig gilt, vermieden wird. So gilt zum Beispiel das Auto als Familientransportmittel als unersetzbar. Trotzdem ist man Neuem gegenüber aufgeschlossen und ethische Prinzipien haben einen hohen Stellenwert.

2.2.6.1.2 Die Alltags-Kreativen

Hier sind überdurchschnittlich viele junge Frauen vertreten, die meist nur über ein geringes Einkommen verfügen und häufig in sozialen oder künstlerischen Berufen arbeiten. Trotz des geringen Einkommens wird versucht, sich im Alltag nicht allzu sehr einschränken zu müssen. Es werden dann häufig Dinge durch Basteln selbst hergestellt und Flohmärkte und Second-Hand-Läden beim Einkauf bevorzugt. Auch sie weisen ein hohes Interesse an ethischen Grundsätzen auf und achten bei ihrem Handeln auf die Umwelt.

2.2.6.2 Die Überforderten

Diese Übergruppe, in die die „jungen Desinteressierten“, die „Konsum-Genervten“ und die „schlecht-gestellten Überforderten“ fallen zeigt kaum Interesse an Themen der Nachhaltigkeit. Der Alltag wird oft als eine Herausforderung gesehen, was auch das Öfteren dazu führt, dass sich Personen aus diesen Gruppen schnell überfordert fühlen.

2.2.6.2.1 Die jungen Desinteressierten

Die jungen Desinteressierten zeigen nur wenig Interesse am Konsum, sie sind sogar regelrecht davon genervt. Viele Jugendliche und junge Erwachsene, die gerade erst von zu Hause ausgezogen sind fallen in diese Gruppe. Durch die neue Lebenssituation, die mit vielen, von ihnen als anstrengend empfundenen Aufgaben behaftet ist, wird versucht mit Hilfe von Convenience-Produkten den Alltag so weit wie möglich zu vereinfachen. Themen wie Gesellschaft, Politik, aber vor allem auch Umwelt werden als zu langweilig abgelehnt. Wichtig für die Desorientierten sind Spaß und Unternehmungen mit Freunden. Da sie oft noch nicht über so hohe finanzielle Mittel verfügen, wird beim Einkauf auf einen niedrigen Preis geachtet, der sich oft auch auf kurzlebige Produkte bezieht.

2.2.6.2.2 Die Konsum-Genervten

Konsum ist auch für diese Gruppe etwas, was mit extrem negativen Gedanken behaftet ist. Es wird versucht, ihn so weit wie möglich zu reduzieren. Der Einkauf beschränkt sich hauptsächlich auf Convenience-Produkte und die Inanspruchnahme von außerhäuslichen Dienstleistungen wird bevorzugt. Eine tiefgehendere Beschäftigung mit Umweltfragen findet nicht statt. Häufig findet man Single- oder geschiedenen Männer, aber auch Frauen in dieser Gruppe.

2.2.6.2.3 Die schlecht-gestellten Überforderten

Wie der Name bereits aussagt, verfügt dieser Konsumtyp nur über ein geringes Einkommen. Auch die zeitliche Ressource ist meist sehr beschränkt. Durch das schmale Zeitbudget bleibt den Überforderten kein Raum für umwelttechnische Belange und auch die Alltagskompetenz ist häufig nur mangelhaft ausgebildet. Sie/Er schafft es meist nicht, ihren/seinen Alltag durchzuorganisieren und verliert dadurch oft zusätzlich noch weitere wertvolle Zeit. Häufig fallen Arbeitslose oder Alleinerziehende in diese Gruppe. Konsum dient als wichtiges Mittel um anderen Menschen vorzugaukeln, dass es finanziell „eh ganz gut um einen steht“. Daher wird oft auf Billigangebote und Schnäppchen zurückgegriffen. Biolebensmittel haben im begrenzten Budget meist keinen Platz.

2.2.6.3 Die Traditionellen

Typisch für die Traditionellen ist, dass sie Bioprodukten gegenüber skeptisch sind. Trotzdem zeigen sie ein hohes Interesse an traditionellen Themen, was für den Bereich der Nachhaltigkeit von Vorteil sein kann. Zu dieser Übergruppe gehören die „Ländlich-Traditionellen“, die „unauffälligen Familien“ und die „aktiven Seniorinnen und Senioren“.

2.2.6.3.1 Die Ländlich-Traditionellen

Vor allem ältere Ehepaare oder Familien in Einfamilienhäusern am Land oder in Kleinstädten fallen in diese Gruppe. Häufig herrscht auch noch die traditionelle Geschlechtertrennung vor: die Frau ist zu Hause und kümmert sich um den Haushalt und der Mann sorgt für das Einkommen. Regionalität und Saisonalität spielen eine wichtige Rolle in Konsumfragen und auch die sonstige Vernetzung in der Nachbarschaft ist sehr gut. Wichtige Werte sind Bestehendes zum Beispiel durch Reparatur oder gute Pflege zu erhalten und hochwertige Produkte zu erwerben.

2.2.6.3.2 Die unauffälligen Familien

Auch hier findet man wieder die geschlechterspezifische Arbeitsteilung vor. Häufig ist die Frau aber auch zusätzlich noch berufstätig, was aber an ihren häuslichen Aufgaben nichts ändert. Eingekauft wird das, was als üblich angesehen wird, ein Abheben von der breiten Masse durch den Kauf besonders exklusiver Produkte wird vermieden. Als Konsummuster lässt sich ein sparsamer und durchdachter Einkauf feststellen. Trotzdem wird auf die Qualität von Produkten viel Wert gelegt.

2.2.6.3.3 Die aktiven Seniorinnen und Senioren

Wie der Name schon sagt, handelt es sich hierbei um Personen, die schon im Ruhestand sind. Trotzdem verfügt diese Gruppe noch über ein ansehnliches Einkommen und sie sind auch noch äußerst aktiv. Sie wollen ihr Leben noch in vollen Zügen genießen und sind offen für Neues. Die aktiven Seniorinnen und Senioren sind vom Konsumverhalten her den Ländlich-Traditionellen sehr ähnlich.

2.2.6.4 Die Privilegierten

Menschen die aus einer der beiden Gruppen „Die jungen Berufsorientierten“ oder „Die Statusorientierten Privilegierten“ stammen, werden oft von anderen Menschen als Vorbild gesehen. Dinge die Privilegierte schon erreicht haben gelten als erstrebenswert, was ihnen auch eine besondere Bedeutung als Vorreiter im Bereich der Nachhaltigkeit einbringen kann.

2.2.6.4.1 Die jungen Berufsorientierten

Singles oder Paare ohne Kinder bilden diese Gruppe der Konsumstile. Charakteristisch sind ein hohes Einkommen und die mangelnde Freizeit auf Grund des Berufsalltages. Daher wird oft auf Convenience-Produkten oder zu Außer-Haus-Angeboten zurückgegriffen. Eine starke Gesundheitsorientierung

ist vor allem bei den Frauen dieses Typs zu beobachten. Qualität ist hier ein wesentliches Konsumkriterium. Obwohl Bioprodukte zwar nicht so einen hohen Stellenwert haben wie zum Beispiel bei den Ökofamilien, spielen ethische Überlegungen bei ihren Konsumentscheidungen eine wesentliche Rolle.

2.2.6.4.2 Die Statusorientierten Privilegierten

Diese Gruppe zeichnet sich durch ein überdurchschnittlich hohes Einkommen ab. Der Mann hat meist einen angesehenen Beruf und die Frau übernimmt meist die repräsentative Rolle. Beim Konsum zählen die Exklusivität und der Status des Produktes, aber auch die Qualität. Wichtig für die Privilegierten ist es, sich durch das Konsumverhalten von anderen Konsumstilen abzugrenzen. Auf ökologische und ethische Belange wird nur geringfügig geachtet.

2.2.7 Lebensstile und Geschmacksausprägungen nach Bourdieu

Bourdieu veröffentlichte 1979 seine Publikation „Die feinen Unterschiede“. Hierbei geht es um die ganzheitliche Betrachtung der Lebenszusammenhänge von Menschen in Frankreich. Diese Publikation ist ein Bestandteil der soziologischen Lebensstil-Forschung. Für Bourdieu ist Geschmack ein „bevorzugtes Merkmal von Klasse“ (Brunner 2007, S.28). Er meint damit, dass Geschmack nicht individuell geprägt ist, sondern in gewisser Weise durch die Zugehörigkeit zu einer gewissen gesellschaftlichen Klasse vorgegeben wird.

Er ordnete die Menschen drei unterschiedlichen Lebensstilen mit spezifischer Geschmacksausprägung zu. Der erste ist der Luxusgeschmack der Bourgeoisie. Hier herrscht ein „Sinn für Distinktion“ (Brunner 2007, S.28) vor. Das Kleinbürgertum verfügt über einen „präventösen Geschmack“ (Brunner 2007, S. 28) und legt sehr viel Wert auf Wissen. Typisch für die unteren Schichten ist der „praktisch-pragmatische Geschmack“ (Brunner 2007, S.28) und die Wahl des Notwendigen.

Für Bourdieu ergibt sich zum Beispiel die Wahl bestimmter, vor allem nahrhafter und kostengünstiger Lebensmittel der unteren Klassen „aus der Notwendigkeit zu weitgehender kostensparender Reproduktion der Arbeitskraft“ (Brunner 2007, S.28). Trotzdem möchten die Bäuerinnen und Bauern und Arbeiterinnen und Arbeiter, die zu Zeiten von Bourdieu meist zu der untersten Schicht gehörten, nicht auf ein gutes Leben verzichten. Für sie spielten andere Dinge eine wichtige Rolle, nicht der Preis der Nahrungsmittel. Ihnen war der familiäre und gemeinschaftliche Umgang während der Mahlzeiten wichtig.

Das Kleinbürgertum versuchte nicht nur im Hier und Jetzt zu leben, sondern ordnete ihre momentane Lust und das Verlangen zukünftigen Wünschen unter. Das rührt daher, da sich das Kleinbürgertum nicht so sehr um seine Zukunft sorgen musste wie die Bäuerinnen und Bauern. Das Bauerntum, das sehr stark von der Natur und den natürlichen Mechanismen abhängig ist, lebt eher für den Augenblick, da es nicht mit Sicherheit sagen kann, was morgen kommen wird.

Bourdieu hat in seinen Studien herausgefunden, dass das Ernährungsverhalten aber nicht nur von der sozialen Klassenzugehörigkeit geprägt wird, sondern dass auch die Jugendzeit eine wesentliche Rolle spielt. Es wird beeinflusst durch den Lebensstil, Geschlechterkonzepte und Rollenverteilung in der Ursprungsfamilie und das typische Körperbild in der jeweiligen sozialen Schicht. Durch das Körperbild entstehen auch Geschmackspräferenzen innerhalb der Klassen. So bevorzugt die Arbeiterklasse zum Beispiel deftige und nahrhafte Speisen, da sie auf einen kräftigen und starken Körper angewiesen sind, der ihnen genug Energie für die körperlich meist harte Arbeit liefert.

2.2.8 Umlegung der Bourdieu' schen Theorie auf die heutige Zeit

Generell kann gesagt werden, dass das menschliche Handeln in der heutigen Zeit nicht mehr so stark von der sozialen Lage und demnach Faktoren wie Einkommen oder Ausbildung abhängig ist. Merkmale wie Wertorientierungen, Lebensziele und Mentalitäten gewinnen immer mehr an Bedeutung. Das führt auch oft dazu, dass Personen, die aus der gleichen sozialen Schicht kommen, also in etwa über dasselbe Einkommen verfügen, durch komplett andere Wertvorstellungen und Orientierungen in ihrem Handeln angeleitet werden.

Wenn man die Bourdieu' sche Theorie aus Sicht der Bäuerinnen und Bauern betrachtet, zeigt sich, dass eine klare Unterscheidung nach sozialen Schichten heute nicht mehr so leicht zu vollziehen ist wie damals. Bäuerinnen und Bauern zählen nicht mehr hauptsächlich zur untersten Schicht der Gesellschaft. War es früher oft so, dass in beinahe jeder Familie in gewissem Ausmaß Landwirtschaft betrieben wurde, so haben heute viele Menschen gar keinen Bezug mehr dazu. Damals war es üblich selbst zu wirtschaften oder es gab zumindest ein Familienmitglied, das auf einem Bauernhof lebte. In der heutigen Zeit kommt es immer mehr zu einer Entfremdung. Die Konsumentinnen und Konsumenten haben meist keine Ahnung mehr davon, wie ein Lebensmittel erzeugt wird, und welchen Beitrag die heimischen Bäuerinnen und Bauern zum Umwelt- und Naturschutz leisten.

War es früher oft so, dass Bäuerinnen und Bauern wichtige Nahrungsmittelerzeuger waren und man „seine Bäuerin bzw. seinen Bauer“ hatte wo man regelmäßig einkaufte, so werden sie heute oftmals durch große Supermarktketten abgelöst. Menschen bevorzugen diese, weil man alles aus einer Hand bekommt und auch die Preise meist in einem niedrigen Bereich angesiedelt sind, da vieles industriell gefertigt wird. Probleme, die immer wieder bei Umfragen genannt werden, sind, dass zu wenig Informationsaustausch zwischen den Bäuerinnen und Bauern und den Konsumentinnen und Konsumenten stattfindet. Viele wollen den Bauernhof mit all seiner Pflanzen- und Tiervielfalt hautnah erleben und somit den Einkauf zu einem besonderen Erlebnis machen. Sie wollen sich selbst von einer sorgfältigen, tier- und umweltgerechten Produktion überzeugen und wollen nicht „blind“ der anonymen Erzeugerin oder Erzeuger aus dem Supermarkt vertrauen.

Bäuerinnen und Bauern finden sich heutzutage gleichmäßig verteilt über alle sozialen Schichten. Es gibt sowohl solche, die sehr gut von ihrer Arbeit leben können und sich auch ein wenig Luxus leisten können, als auch solche, die mit ihrer Wirtschaft gerade so viel verdienen, dass sie alle anfallenden Kosten decken können. Häufig ist es mittlerweile auch schon so, dass nicht mehr die ganze Familie am Bauernhof mitwirkt. Oftmals führt ein Familienmitglied den Betrieb alleine und die Ehepartnerin oder der Ehepartner geht einem anderen Beruf nach. Ernährung dient somit nicht mehr nur einer raschen Energieaufnahme für die harte Arbeit, sondern soll auch ausgewogen und gesund sein. Ein Aspekt aus der Bourdieu' schen Theorie wurde aber weitgehend aufrechterhalten. Mahlzeiten sind eine Gelegenheit um gemeinsam Zeit zu verbringen und sich über den Tag auszutauschen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Theorie Bourdieus heute nicht mehr im selben Ausmaß wie damals gilt. Auf einige Bäuerinnen und Bauern trifft die Klassifizierung aus älteren Zeiten sicherlich noch zu, aber mittlerweile verfügen auch Bäuerinnen und Bauern über einen „Sinn für Distinktion“ und einen „präventösen Geschmack“ (Brunner 2007, S.28).

3 Forschungsrahmen

Im Kapitel Forschungsrahmen werden die Zielsetzung, die für diese Arbeit leitenden Forschungsfragen und die angewandte Arbeitshypothese genauer erläutert.

3.1 Zielsetzung

Ziel dieser Masterarbeit ist es, das Ernährungsverhalten der niederösterreichischen Biobäuerinnen und Biobauern genauer zu untersuchen. Es geht dabei darum, die Ernährungsgewohnheiten zu beschreiben, zu verstehen und zu erklären. Es soll herausgefunden werden, ob sie sich auch selbst von biologisch erzeugten Lebensmitteln ernähren. Falls dies nicht der Fall sein sollte, ist es ein weiteres Ziel die Gründe hierfür zu erkennen. Warum wirtschaften Biobäuerinnen und Biobauern zwar nach biologischen Richtlinien, setzen diese dann aber nicht auch in anderen Lebensbereichen, wie eben im Bereich der Ernährung und Beschaffung von Lebensmitteln um. Sollte eine Ernährung mit biologischen Lebensmitteln erfolgen, wird auch versucht die Gründe hierfür, die eventuell nicht nur vom Wirtschaften angeleitet sind, zu erläutern. Welche Gründe sprechen für eine Ernährung mit Biolebensmitteln, welche sprechen dagegen? Wird versucht wirklich alles in Bioqualität zu erwerben oder gibt es gewisse Präferenzen bei bestimmten Produktgruppen? Wo werden die Lebensmittel besorgt? Legt man da auch besonderen Wert darauf, dass man andere Bäuerinnen und Bauern, sei es nun biologisch oder konventionell, unterstützt oder geht es bei der Beschaffung von Lebensmitteln nur darum, schnell etwas einzukaufen und die Herkunft ist nebensächlich? All diese Fragen haben mich bei der Bildung meiner Forschungsfragen angeleitet und sollen durch die durchgeführten Interviews beantwortet werden.

3.2 Fragestellungen

Die im vorigen *Kapitel 3.1 Zielsetzung* gerade dargestellten Fragen haben zusammengefasst folgende drei Forschungsfragen ergeben:

- **FF1: Wie ernähren sich Biobäuerinnen und Biobauern?**
- **FF2: Welche Aspekte bestimmen das Ernährungsverhalten und die Auswahl von Lebensmitteln?**
- **FF3: Inwieweit setzen Biobäuerinnen und Biobauern die biologischen und nachhaltigen Gedanken ihrer Wirtschaftsweise auch im eigenen Handeln um?**

Diese drei Forschungsfragen haben in Bezug auf Ernährungsmuster und Beschaffung von Lebensmitteln die Forschungsinteressen dieser Arbeit geleitet und sollen im Rahmen meiner Masterarbeit einer genaueren Betrachtung unterzogen werden.

Die Ergebnisse sollen eine Beantwortung der Forschungsfragen nach folgenden Zielen möglich machen:

- **FF1: Darstellung der Ernährungsweisen der Biobäuerinnen und Biobauern.**
- **FF2: Darstellung der Gründe für die Auswahl bestimmter Lebensmittel und das jeweilige Ernährungsverhalten.**
- **FF3: Darstellung sonstiger umweltbewusster und nachhaltigen Handlungsweisen der Biobäuerinnen und Biobauern.**

3.3 Theorien und Hypothesen

Im Gedankengut der breiten Bevölkerung ist die Annahme verankert, dass Biobäuerinnen und Biobauern aus einer Überzeugung heraus wirtschaften und somit auch in anderen Lebensbereichen „biologisch“ beziehungsweise nachhaltig agieren. Es wird angenommen, dass BiobäuerInnen sich auch selbst mit biologisch erzeugten Lebensmitteln ernähren und auch bei der Beschaffung der Lebensmittel Wert auf eine ressourcen- und umweltschonende Handlungsweise legen. So werden zum Beispiel kurze Wege mit dem Fahrrad oder zu Fuß zurück gelegt und es wird auf eine müllreduzierende Verpackung (selbst mitgebrachte Dosen für Wurstaufschnitt, Stoffsackerl, Einkaufskorb,...) Wert gelegt. Die Verschwendung von Lebensmitteln wird sehr kritisch betrachtet und es wird so gut wie möglich versucht, diese zu verhindern. Des Weiteren wird vermutet, dass BiobäuerInnen versuchen geschlossene Stoffkreisläufe zu erzeugen. Es wird versucht, so viele Produkte wie möglich aus eigener Produktion zu verwenden und regionale beziehungsweise saisonale Lebensmittel werden all jenen vorgezogen, die im Gewächshaus produziert oder aus weit entfernten Ländern importiert werden. Diese Hypothesen gilt es nun zu prüfen.

4 Methoden

Meine Masterarbeit ist eine Arbeit, die nach den Prinzipien der Qualitativen Sozialforschung entstanden ist.

Kennzeichen qualitativer Forschung sind: (Flick 2009, S. 97)

- **Gegenstandsangemessenheit von Methoden und Theorien**
- **Perspektiven der Beteiligten und ihre Vielschichtigkeit**
- **Reflexivität des Forschers und der Forschung**
- **Spektrum der Ansätze und Methoden qualitativer Forschung**
- **Verstehen als Erkenntnisprinzip**
- **Fallkonstruktion als Ansatzpunkt**
- **Konstruktion von Wirklichkeit als Grundlage**
- **Text als empirisches Material**

Weitere wichtige Kriterien sind Offenheit, Kommunikativität, Naturalistizität und Interpretativität (vgl. Mayer, Meixner, Waidacher).

Mit Offenheit ist gemeint, dass man auf die Interviewteilnehmerinnen und –teilnehmer zugehen kann. Man ist dazu bereit ihnen zu erklären wozu das ganze dient und auf sie und ihre Ängste und Sorgen einzugehen. Auch Offenheit bei der Erhebung selbst ist wichtig, da man manchmal flexibel auf gewisse Situationen reagieren muss.

Kommunikativität und Naturalistizität hängen eng zusammen. Als Interviewende muss man in der Lage sein, ein Gespräch zu erzeugen, das stark einem Alltagsgespräch ähnelt, um möglichst ehrliche und aufrichtige Antworten zu bekommen, die auch der Wahrheit entsprechen und nicht eigens von der Interviewpartnerin oder dem Interviewpartner inszeniert wurde, um eine falsche Wahrheit zu erzeugen.

Bei der Interpretativität geht es darum, dass man die individuelle Bedeutung des Gesagten herausfiltern kann. Meint diejenige/derjenige wirklich nur das, was sie/er direkt gesagt hat oder steckt hinter der Aussage vielleicht noch mehr, das nur nicht ausgesprochen wurde.

Im nachfolgenden Kapitel werden die einzelnen Schritte meiner Arbeit detailliert beschrieben. Wie bin ich vorgegangen und welche wissenschaftlichen Methoden habe ich angewandt.

4.1 Literaturrecherche

Die verwendete Literatur wurde, wie auch aus der Literaturangabe ersichtlich, aus dem Internet (im *Kapitel 10 Literatur* als *Punkt 10.2 Internetquellen* bezeichnet) oder aus der breiten Sammlung an Schriftstücken aus der Bibliothek der Universität für Bodenkultur (im *Kapitel 10 Literatur* als *Punkt 10.1 Buchquellen* bezeichnet) bezogen. Die Literaturrecherche diente dazu, vorab das benötigte Wissen zu Begriffen wie Ernährung, Konsum, Nachhaltigkeit und biologische Lebensmittel zusammenzustellen. Des Weiteren diente sie auch als Grundlage für die Methodenfindung zur Erstellung des Interviewleitfadens, sowie für die Durchführung und die Auswertung der Interviews. Auch bereits vorhandene Theorien, die zu meinem Themenkreis passen, wurden in der Literatur recherchiert. Daraus leiteten sich dann meine drei Theorieansätze ab, die unter *Kapitel 2.2 Theorien* bereits genauer erläutert wurden.

4.2 Qualitative Sozialforschung

Im Rahmen der Masterarbeit wurden qualitative Interviews mit 10 Biobäuerinnen und Biobauern aus Niederösterreich durchgeführt. Es sollten die Themen Ernährungsmuster und Beschaffung von Lebensmitteln aus Sicht der handelnden Personen beschrieben werden, sodass diese auch die Möglichkeit bekamen darzustellen, was ihnen in diesem Bereich persönlich am Wichtigsten erscheint und besonders am Herzen liegt. Die erzielten Ergebnisse sind nicht repräsentativ und zeigen lediglich die Meinung eines kleinen Teiles der österreichweit wirtschaftenden Biobäuerinnen und Biobauern. Welche genauen Methoden bei meiner Masterarbeit Anwendung fanden ist im jeweiligen Kapitel dargestellt.

Bei meiner Forschung hat mich die Idee der Ethnomethodologie angeleitet. In der Ethnomethodologie geht es darum die „Routinen des Alltags und ihre Herstellung“ (Flick 2009, S. 82) genauer zu untersuchen. Es ging mir sowohl darum zu verstehen wie Biobäuerinnen und Biobauern handeln, als auch aus ihren Aussagen den Grund hierfür herauszulesen, sollten diese ihn nicht ganz offensichtlich aussprechen. Es ist somit eine Kombination aus zwei Ansätzen aus der Ethnomethodologie. Zum einen geht es darum, das Thema Ernährung und Konsum aus der Sicht der handelnden Subjekte zu sehen, als auch den tieferen Sinn der Aussagen der Interviewteilerinnen und Interviewteiler zu erkennen und herauszulesen.

4.3 Auswahl der Interviewteilerinnen und -teiler / Sampling

Ich habe mich bei der Samplestruktur für eine Vorabfestlegung der Interviewteilerinnen und Interviewteiler entschieden. Charakteristisch für diese Art des Samplings ist, dass die Auswahl der Teilerinnen und Teiler schon vor den Interviews getroffen wird und sich nicht erst im Laufe dieser entwickelt. Man wählt dabei Personen, von denen man annimmt, dass ihre Meinung zu diesem Thema besonders für die Untersuchung geeignet ist. Es werden hierfür im Vorhinein Kriterien festgelegt, nach denen dann die Interviewpartnerinnen und Interviewpartner ausgesucht werden. In meinem Fall war das Hauptkriterium, dass es sich um eine Biobäuerin oder einen Biobauern handelt. Weitere Kriterien waren zum Beispiel die Familienzusammensetzung, das Bundesland in dem sie wohnen und das Alter. Typisch für die Vollerhebung ist auch, dass meist alle Interviews zur Auswertung herangezogen werden, es also keine „Auswahl *des* Materials“, sondern eine „Auswahl *im* Material“ stattfindet (Flick 2009, S. 158). Dies bedeutet dass man bestimmte Passagen aus den Interviews heraussucht, die dann genauer interpretiert beziehungsweise anhand derer dann mehrere Fälle miteinander verglichen werden.

Sinnvoll ist diese Form des Samplings dann, wenn man schon vor den Interviews eine Hypothese aufgestellt hat und diese mithilfe der Interviews überprüfen möchte. Da ich davon ausgehe, dass viele Menschen annehmen, dass sich Biobäuerinnen und Biobauern auch selbst mit biologisch erzeugten Lebensmitteln ernähren, habe ich mich auch aus diesem Grund für diese Samplestruktur entschieden.

Die Auswahl der Biobäuerinnen und Biobauern erfolgte weniger speziell nach produzierten Produkten oder gleichwertiger Ausbildung, sondern es war mir wichtig, einen breiten Überblick über das Ernährungsverhalten verschiedener Biobäuerinnen und Biobauern zu bekommen. Ich wählte die Teilerinnen und Teiler so aus, dass aus jeder möglichen Familienkonstellation zumindest eine Teilerin/ein Teiler vorhanden ist. So interviewte ich „intakte“ Familien, die aus Vater, Mutter und zumindest einem Kind bestehen, genauso wie alleinstehende Biobäuerinnen und geschiedene Biobauern. Mir war es wichtig zu untersuchen, ob es auch einen Unterschied macht, wer sich in der Familie um die Ernährung und den Einkauf kümmert und ob es ausschlaggebend ist, ob man bei der Ernährung nur auf sich selbst achten muss, oder ob man sich auch um andere Familienmitglieder, insbesondere Kinder kümmern muss. Auch beim Alter beschränkte ich meine Auswahl nicht nur auf eine Gruppe. Bei meinen Teilerinnen und Teilnehmern finden sich sowohl junge

Familien mit kleinen Kindern, als auch Familien mit Kindern, die noch im Teenageralter sind und noch zu Hause wohnen, aber auch solche, die zwar Kinder haben, diese aber bereits ausgezogen sind. Es war auch ein lediger Biobauer unter den InterviewteilnehmerInnen, der noch keine Kinder hat.

Natürlich war es mir auch wichtig nicht nur Bäuerinnen und Bauern zu interviewen, die alle dieselben Produkte herstellen. Dieses Kriterium spielte aber nicht eine ganz so große Rolle wie die Familiensammensetzung. Unter den InterviewteilnehmerInnen finden sich sowohl reine Ackerbäuerinnen und –bauern als auch Bauern, die Spezialkulturen wie zum Beispiel Spargel anbauen, Weinbauern, Viehbäuerinnen und –bauern und Imkerinnen und Imker unter meinen InterviewteilnehmerInnen.

Bei der Auswahl und Kontaktaufnahme mit den Interviewteilnehmerinnen und Interviewteilnehmern war mir ein kürzlich bei uns im Weinviertel erschienener „Einkaufsratgeber“ hilfreich.



Abb. 15: Broschüre zu BioproduzentInnen und –produkten im Weinviertel (Die grünen Weinviertel, 2011)

Mit der Auswahl meiner zehn Interviews habe ich versucht möglichst viele unterschiedliche Einblicke in das Ernährungsverhalten und die Beschaffung von Lebensmitteln bei Biobäuerinnen und Biobauern zu bekommen. Ich habe versucht, unterschiedliche Fälle darzustellen um somit ein möglichst breites Bild über die Ernährungsweise dieser Berufsgruppe zu bekommen. Eine genauere Beschreibung der einzelnen Teilnehmerinnen und Teilnehmer erfolgt in einem späteren Kapitel (*Kapitel 5.1 Kurzbeschreibung der Interviewteilnehmerinnen und Interviewteilnehmer*).

4.4 Aufbau des Interviewleitfadens

Beim Interview habe ich mich für das problemorientierte Interview entschieden, dieses aber ein wenig abgewandelt. Typisch ist, dass der Leitfaden so aufgebaut ist, dass darin Fragen und Erzählanreize beziehungsweise Erzählaufforderungen enthalten sind. Auch die Aufnahme von biographischen Daten spielt eine wesentliche Rolle. Ziel dieser Art von Interview ist es, ein bestimmtes „Problem“ genauer zu erörtern. In meinem Fall war es weniger ein Problem, sondern eher eine Hypothese, die es zu prüfen und genauer zu untersuchen galt.

Die Interviews wurden, wie für diese Art der Interviews typisch, mithilfe eines Aufnahmegeräts aufgezeichnet. Der Leitfaden, den ich für die Interviews zusammengestellt habe sollte einerseits zum Erzählen anregen, enthält aber andererseits auch kleine „Unterfragen“ beziehungsweise Anhaltspunkte, die es mir ermöglichten mitzuverfolgen, ob die Interviewteilnehmerin oder der Interviewteilnehmer alles genannt hat, was ich mir zu dieser Frage erwartet hätte. Auch die Möglichkeit das Interview wieder „ins Laufen zu bringen“ oder in eine neue Richtung zu lenken, falls die Teilnehmerin/der Teilnehmer vom Thema abschweift oder nicht mehr weiter weiß, war dadurch gegeben.

Auch „Ad-hoc-Fragen“ (Flick 2009, S. 211) sind bei dieser Art von Interview zugelassen. Diese ermöglichen es, weitere Themen, die zuvor nicht bedacht wurden, sich aber im Laufe des Interviews als interessant herausstellen in den Verlauf mit einzubauen. Anders als bei anderen Interviewarten, wo sich der Interviewleiter sehr stark zurückhält und nur in „Notfällen“ eingreift, ist es beim problemorientierten Interview auch möglich nachzufragen und somit einen genaueren Einblick in die Gedanken der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu erhaschen. Auch Dinge, die nicht klar verständlich sind können nachgefragt werden und so ist es möglich, dass man „zusätzliches Material“ (Flick 2009, S. 211) erhält, das durch die Forschungsfragen alleine nicht entstanden wäre.

Ziel der Interviews ist es, einen Einblick in die subjektive Sichtweise direkt betroffener Personen zu bekommen und nicht von Außenstehenden deren Meinung zur aufgestellten Hypothese einzuholen. Die Betroffenen selbst können am besten erklären wie sie sich verhalten und warum sie im Bereich Ernährung und Konsum so agieren, wie sie es tun.

Nun aber zum detaillierten Aufbau meines Leitfadens:

Der Interviewleitfaden ist so aufgebaut, dass zuerst ein paar generelle Details wie zum Beispiel Alter der Befragten bzw. des Befragten, Familienstand, Anzahl der Familienmitglieder, Ausbildung und eigene Produkte mithilfe eines Kurzfragebogens eruiert werden. Dadurch ist es möglich, die Anzahl der Fragen zu reduzieren und sich auf die wesentlichen Kernfragen beziehungsweise Kernthemen des Interviews zu konzentrieren. Danach beginnt erst das eigentliche Interview. Dieses ist so aufgebaut, dass die Fragen eher generell gehalten sind und die Befragte/der Befragte zum Erzählen angeregt werden soll. Die erste Frage ist so gewählt, dass der Teilnehmerin beziehungsweise dem Teilnehmer der Einstieg erleichtert wird. Sie/Er soll erzählen, was ihr/ihm als erstes in den Sinn kommt, wenn sie/er an ihre/seine alltägliche Ernährung denkt. Der Begriff alltägliche Ernährung wurde dabei ganz bewusst gewählt, da es mich nicht nur interessiert, wie sich Biobäuerinnen und Biobauern bei der Ernährung zu besonderen Anlässen, wie zum Beispiel Weihnachten, Ostern, Sonntag,... verhalten, sondern mir war es wichtig einen Einblick in den ganz normalen Ernährungsalltag zu bekommen. Im Laufe des weiteren Interviews wurden dann noch Fragen gestellt welche Lebensmittel verwendet werden, wo diese beschafft und warum genau diese Lebensmittel konsumiert werden. Des Weiteren ist auch eine Frage enthalten, ob die Biobäuerin/der Biobauer nur biologisch wirtschaftet, oder ob sie/er auch in anderen Lebensbereichen von biologischen Gedanken angeleitet wird. Zuletzt wird als abschließende Frage noch gestellt, ob die Teilnehmerin/der Teilnehmer ihr/sein eigenes Verhalten als nachhaltig bezeichnen würde und warum. Der Interviewleitfaden ist im Anhang unter *Punkt 11.2* ersichtlich.

4.5 Ablauf der Interviews und Aufzeichnung

Die Interviews wurden telefonisch vereinbart und dann zumeist am jeweiligen Hauptwohnsitz der Teilnehmerin/des Teilnehmers durchgeführt. Nach einer kurzen Erklärung und Einholung des Einverständnisses zum Mitschnitt des Interviews mittels Aufnahmegerät startete das Interview (siehe im Anhang unter *Punkt 11.1 Einverständniserklärung zum Mitschnitt des Interviews*). Der Interviewleitfaden diente dabei ausschließlich mir als Orientierungshilfe und Wegweiser durch das Interview. Er wurde der Teilnehmerin/dem Teilnehmer nicht zur Einsicht vorgelegt.

Im Normalfall führte ich das Interview mit einer Person alleine. Manchmal war es die Biobäuerin beziehungsweise der Biobauer selbst, der mit mir sprach, manchmal auch der Ehepartner, der selbst gar nicht oder nur in einem geringen Ausmaß in der Landwirtschaft mit tätig ist. In den seltensten Fällen waren Mann und Frau gemeinsam anwesend. Kinder waren, bis auf einmal, während der Interviews nicht anwesend.

Das Mitschneiden mit dem Aufnahmegerät wurde meist problemlos akzeptiert und die meisten schafften es auch, das Aufnahmegerät zu „ignorieren“ und so war es möglich, eine weitgehend „na-

türliche Gesprächssituation“ zu erschaffen. Nur vereinzelt hatte ich das Gefühl, dass die Interviewteilnehmerin beziehungsweise der Interviewteiler vermehrt darauf achtete, wie und vor allem was sie/er sagte. Um ihnen trotzdem ein gewisses Gefühl an Anonymität zu ermöglichen und somit die wirkliche und subjektive Meinung und nicht die „als richtig angenommen“ Meinung gesagt zu bekommen, überlies ich die Entscheidung den Interviewteilerinnen und Interviewteilnehmern selbst, ob sie in meiner Arbeit mit ihrem Namen genannt werden wollen oder nicht.

4.6 Transkription

Die Transkription stellt einen „notwendigen Zwischenschritt vor ihrer Interpretation“ (Flick 2009, S. 379) dar. Da ich bei der Analyse meiner Interviews nicht die Konversationsanalyse anwende, bei der die Äußerungen bis ins letzte Detail genau transkribiert werden sollten und bei der auch Pausen und Zögern bei der Antwort als wichtiges Interpretationsmaterial gelten, konnte ich mich auf eine fragestellungsbezogenen Transkription konzentrieren. So übernahm ich zwar genau den Wortlaut und die Sätze, so wie es die Interviewteilerinnen und –teiler ausdrückten, allerdings wurden Aussagen, die nicht zum Thema oder zur Fragestellung passten, nicht transkribiert.

4.7 Beginn der Analyse – Kodierung

Ich habe mich bei der Art der Kodierung für das thematische Kodieren entschieden. Typisch hierfür ist, dass alle Teilerinnen und Teiler schon bereits vor den Interviews feststehen. Bei Themen, die nach den Regeln des thematischen Kodierens untersucht werden, geht es zumeist darum, Perspektiven der Interviewteilerinnen und Interviewteiler zu einem gewissen Thema zu untersuchen. Charakteristisch ist, dass man dabei auf sehr unterschiedliche Sichtweisen stößt. In meinem Fall war das zum Beispiel, dass man auf biologische Ernährung auf Grund der eigenen Wirtschaftsweise, der eigenen Gesundheit oder auch der Umwelt zu Liebe achtet. Diese Art der Kodierung kann sehr gut in Kombination mit leitfadengestützten Interviews angewendet werden.

Das thematische Kodieren ist durch einen mehrstufigen Ablauf gekennzeichnet. Zuerst werden die einzelnen Interviewteilerinnen und Interviewteiler kurz anhand einer typischen Aussage und den zentralen Themen sowie einiger personenrelevanten Daten beschrieben. Dies passiert zum Teil schon als Einzelfallanalyse. Danach folgt ein offenes Kodieren des Interviewmaterials. „Zu diesem Zweck werden die Daten zunächst zerlegt: Aussagen werden in ihre Sinneinheiten (einzelne Worte, kurze Wortfolgen) zergliedert, um sie mit Anmerkungen und vor allem mit ‚Begriffen‘(Kodes) zu versehen“ (Flick 2009, S. 388). Ziel ist es, dadurch „ein tieferes Verständnis für den Text zu entwickeln“ (Flick 2009, S. 390). Der nächste Schritt stellt eine Gruppierung und Kategorisierung der Codes dar. Für die Benennung der Codes entschied ich mich nicht für aus der Literatur vorgegebene konstruierte Kodes, sondern ich wählte *In-vivo*-Kodes. Das sind Kodes, die aus dem Gesagten der Interviewpartnerinnen und Interviewpartner entnommen werden. Der Kategorienname soll die Inhalte/Kodes, die darunter zusammengefasst werden auf einen Blick erkennbar machen.

Bio im Alltag

- Einkäufe im Ort mit Rad (1,4,6,10)
- Kleine Einkäufe zu Fuß (1,3,10)
- Weite Wege mit Auto nur 1x/Woche (6,7)
- Eigenes Sackerl/Korb mitnehmen (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10)
- Wenig verpackte Lebensmittel kaufen (1,5,10)
- Lebenseinstellung nicht Beruf (1)
- Photovoltaikanlage (1)
- Wäsche waschen bei Sonne (1)
- Waschnüsse, ökologische Reinigungsmittel (1,5,6,10)
- Homöopathie (1)
- Schweinderl als Abfallverwerter (6)
- Vorreiterrolle (2)
- Recycling (5)
- Kleidung (5)

Abb.16 : Beispiel für eine Kategorie mit zugehörigen Codes (eigene Darstellung)

Als nächster Schritt würde dann das selektive Kodieren erfolgen. Hierbei werden die Codes für jeden Einzelfall extra dargestellt. Ich habe mich dazu entschieden, beide Varianten in einem darzustellen, um gleich auf einem Blick einen Vergleich anstellen zu können. Die Zahlen in den Klammern hinter den Codes geben die InterviewteilnehmerIn an, für die der jeweilige Code zutrifft. Welche Zahl für welche BiobäuerIn steht, ist unter *Kapitel 5.1* ersichtlich.

4.8 Globalauswertung nach Legewie

Die Globalauswertung nach Legewie stellt eine Ergänzung zum Thematischen Kodieren dar. Ziel ist es, „eine Übersicht über das thematische Spektrum des zu interpretierenden Textes zu gewinnen“ (Flick 2009, S.417)

Vorgegangen wird dabei so, dass man sich Wissen zum Thema der Interviews aneignet, was bereits im *Kapitel 2 Literatur* erfolgt ist. Es werden dann zusätzlich zu den Codes Stichworte zu den einzelnen Abschnitten der Interviews dazugeschrieben. Das dient einer groben Gliederung des Materials. Danach werden zentrale Aussagen markiert. Als nächster Schritt folgt die Erstellung eines „Inhaltsverzeichnis der Stichworte und auch der Aussagen. Als Endergebnis wird dann eine Zusammenfassung und Bewertung des Textes erstellt, die Aufschluss darüber gibt, ob das zusammengetragene Interviewmaterial für die Interpretation und die Beantwortung der Forschungsfragen geeignet ist. Einflussfaktoren für die Brauchbarkeit sind, ob die Teilnehmerin beziehungsweise der Teilnehmer die Wahrheit gesagt hat, oder ob sie/er nur versucht hat für eine bessere Selbstdarstellung das Interviewmaterial zu verzerren. Auch welche Meinungen und Ansichten die Biobäuerin beziehungsweise der Biobauer geäußert hat und ob diese im Zusammenhang mit den Forschungsfragen stehen, kann als Entscheidungshilfe herangezogen werden.

5 Ergebnisse

Im nachfolgenden Kapitel werden die Ergebnisse meiner Arbeit präsentiert.

5.1 Kurzbeschreibung der Interviewteilerinnen und Interviewteiler

Das Alter der teilnehmenden Interviewpartnerinnen und Interviewpartner erstreckt sich von 20 bis 54 Jahre. Der Jüngste ist ein lediger Mann, der zusammen mit seiner Freundin und seinem Vater auf dem Hof wohnt. Die Älteste ist eine alleinstehende Frau, deren Sohn bereits von zu Hause ausgezogen ist. Die meisten anderen InterviewteilerInnen sind verheiratet und haben 1-4 Kinder. Bei zwei Interviewpartnern wohnt zumindest ein Elternteil mit im Haus. In den meisten Familien gibt es zumindest eine Person, die eine landwirtschaftliche Ausbildung hat. In einem Fall wurde zwar eine Ausbildung begonnen, dann aber eine andere abgeschlossen. Die Aneignung des landwirtschaftlichen Fachwissens erfolgte dann quasi mit „Learning by Doing“. Auffallend ist, dass zumeist, sollte nur Eine oder Einer in der Familie eine landwirtschaftliche Ausbildung haben, der Mann aus dem Metier stammt. Die Frauen haben oftmals eine andere Ausbildung absolviert. Einige üben diesen Beruf auch weiterhin aus und helfen nur nebenbei in der Landwirtschaft mit. Nur in einem Fall haben sowohl Mann als auch Frau eine landwirtschaftliche Ausbildung.

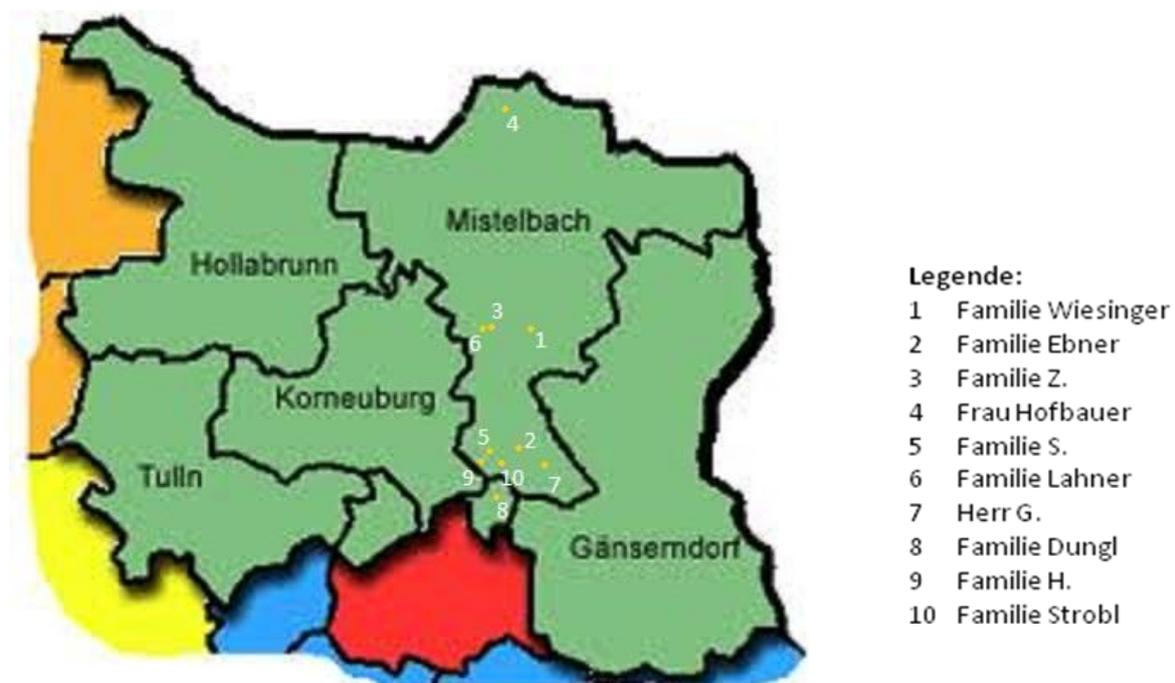


Abb. 17: Lage der Betriebe der Interviewteilerinnen und Interviewteiler im Forschungsgebiet (http://www.wet.at/cgi-bin/karte_wein.pl, 23.10.2012, eigene Bearbeitung)

Nachfolgend werden nun die einzelnen Interviewteilerinnen und Interviewteiler genauer vorgestellt. Begonnen wird dabei mit einer Aussage aus dem jeweiligen Interview, die das Gesagte gut zusammenfasst oder eine prägnante Aussage der Interviewteilerin oder des Interviewteilers darstellt. Wenn diese zur Verwendung ihrer Namen zugestimmt haben, werden sie auch mit diesen vorgestellt. Sollte eine Teilerin beziehungsweise ein Teiler der Verwendung nicht zugestimmt haben, so wird der Familienname mit dem ersten Buchstaben abgekürzt.

5.1.1 Familie Wiesinger

„Ich mein' für mich ist Biobauer sein eine Lebenseinstellung und kein Beruf.“

Das Interview führte Frau Wiesinger mit mir. Sie ist verheiratet und lebt mit ihrem Mann und den drei gemeinsamen Kindern am Hof in Gaweinstal. Frau Wiesinger ist „Info-Biobäuerin“. Sie hat es selbst so ausgedrückt, dass sie „Werbung für Bioprodukte“ macht, indem sie in Schulen, auf Hoffeste und zu Veranstaltungen fährt und die Leute dort über Biolebensmittel aufklärt. „Bio liegt ma einfach am Herzen“. Eigene Produkte sind Säfte, Wein, Äpfel, Erdäpfel und Dinkel. Frau Wiesinger selbst hat keine landwirtschaftliche Ausbildung. Sie besuchte eine Fachschule für Frauen für wirtschaftliche Berufe. In der Familie Wiesinger ist es, wie in anderen Familien auch, der Mann der eine landwirtschaftliche Ausbildung absolviert hat.

Wenn Familie Wiesinger ihre Kunden beliefert, dann findet oft eine Art „Tauschhandel“ statt. Wenn man schon einmal weiter weg fährt oder in ein Geschäft, wo man sonst nicht so oft hin kommt, dann wird diese Gelegenheit gleich genutzt und es wird überlegt, was man von dort brauchen und auch gleich mitnehmen könnte.

Für Frau Wiesinger ist es oft unvorstellbar, wenn sie in die Einkaufswägen anderer sieht, was die Leute zu welcher Jahreszeit kaufen. Sie ist der Meinung, dass der Konsument mit seinem Einkaufsverhalten das Angebot im Supermarkt wesentlich mitbestimmen kann. Ihr selbst ist es dabei sehr wichtig regional und saisonal zu kaufen. Sie sagt, man soll bereits am Teller erkennen können, welche Jahreszeit gerade vorherrscht. Aber nicht nur Saisonalität und Regionalität spielen eine wichtige Rolle, sondern auch Lebensmittel in Bioqualität sind für Familie Wiesinger von zentraler Bedeutung. Zwar ist es so, dass Frau Wiesinger zum Beispiel den konventionellen Fleischer in der Ortschaft vorzieht, weil sie es als nicht gerechtfertigt ansieht weite Extrawege nur für bio zurückzulegen – „Des is vom Umweltgedanken her scho wieder unlogisch“ -, trotzdem spielt bio eine wichtige Rolle im Ernährungsalltag der Familie Wiesinger. „Wenn der Biobauer ned bio kauft und bio isst, wer dann sonst?“

5.1.2 Familie Ebner

„Ich kann nicht sagen ich verkaufs und die anderen solln schau'n was damit machen.“

Beim Interview mit der Familie Ebner waren sowohl Frau als auch Herr Ebner anwesend. Sie sind verheiratet und haben 3 Kinder, von denen aber nur mehr eines zu Hause wohnt. Zum Interview wurde ich auf den Hof der Familie Ebner in Obersdorf eingeladen. Angebaut werden Weizen, Roggen, Dinkel, Erdäpfel, Hanf, Gerste, Körnererbse, Speisekürbis und Weintrauben. Das Getreide wird zu Brot verarbeitet und jeweils Freitag und Samstag ab Hof verkauft. Herr Ebner ist Landwirtschaftsmeister.

Ein Punkt, der von Herrn Ebner angesprochen wurde ist, dass der Einkauf im Supermarkt leichter fällt, da das gesamte Angebot dort sehr gebündelt ist. Man muss nicht von einer Bäuerin zum nächsten Bauern fahren um alle benötigten Lebensmittel zu bekommen, sondern meist bekommt man alles an einem Fleck. So ist es zum Beispiel bei Merkur der Fall, dass man in der Obst und Gemüseabteilung vor dem gesammelten „Bio-Regal“ steht und gleich auf einmal alles mitnehmen kann, was man benötigt, ohne lange im gesamten Lebensmittelmarkt herumzulaufen und sich alles zusammenzusuchen. Generell finden sie, dass es mittlerweile schon eine breite Angebotspalette an Bioprodukten im Lebensmittelhandel gibt. Trotzdem ist es Familie Ebner wichtig die Landwirtschaft und da im speziellen die BerufskollegInnen in ihrem Umfeld zu unterstützen. Auch hier ist es wieder der Fall, dass konventionelle regionale Produkte den Bioprodukten, die Extrawege erfordern, vorgezogen werden.

5.1.3 Familie Z.

„Also mit der Nachhaltigkeit gibt’s sicher Leute, die da jetzt mehr drauf schau’n.“

Frau Z. erwartete mich alleine zum Interview. Es fand im Garten des Wohnhauses in Oberkreuzstetten statt. Frau und Herr Z. sind verheiratet und haben insgesamt 4 Kinder. Manche gehen schon in die Schule und sind schon älter, andere sind noch kleiner. Familie Z. baut Getreide an und produziert selbst Öle. Herr Z. hat die Landwirtschaftliche Fachschule als Abendschule absolviert.

Frau Z. beschreibt die Ernährungsweise der Familie als traditionell. Sie verwenden zwar auch Bioprodukte, aber auch konventionelle Produkte finden im Ernährungsalltag der Familie Z. Verwendung. Wichtig ist Frau Z. die Bioqualität vor allem bei Obst und Gemüse. Bei anderen Produkten ist eher der Preis ausschlaggebend. Darauf angesprochen, ob sie glaubt, dass man mit Kindern mehr auf die (Bio-)Qualität von Lebensmitteln achtet, meinte Frau Z. dass dies sicher der Fall ist. Allerdings sagte sie auch, dass das Thema Bio-Kinderernährung nun auch vermehrt in den Medien vertreten ist und somit auch seinen Teil dazu beiträgt.

5.1.4 Frau Hofbauer

„Wenn’s noch möglich ist, dann noch mehr bio, aber das ist ja bei mir fast nicht mehr möglich.“

Frau Hofbauer stellt die älteste Teilnehmerin unter als meinen Teilnehmerinnen und Teilnehmern dar. Sie ist ledig und wohnt alleine. Sie hat zwar einen Sohn, der auch bei ihr aufwuchs, allerdings ist dieser mittlerweile ausgezogen. Das Interview mit Frau Hofbauer wurde telefonisch durchgeführt. Frau Hofbauer verwaltet ein „Bio-Kisterl“ für das sie Bioobst und –gemüse zusammenstellt und dann an Abonentinnen und Abonenten verschickt. Sie selbst baut Gemüse an und erzeugt Joghurt und Topfen, dieses allerdings nur für den Eigenbedarf. Auch das Obst und Gemüse aus den „Bio-Kisterln“ verwendet sie selbst. Eine Ausbildung aus dem Fachbereich Landwirtschaft hat sie nicht. Sie erlernte den Beruf der Verkäuferin.

Frau Hofbauer gab in dem Interview an, nur noch sehr wenige Lebensmittel im Supermarkt zu kaufen. Einen Großteil erzeugt sie selbst oder aber sie nutzt das Biokisterl auch für sich selbst, für das sie aber hauptsächlich bei der Bäuerin oder dem Bauern direkt einkauft. Fleisch ist mittlerweile kaum noch auf ihrem Speiseplan, außer sie kann genau nachvollziehen wo es herkommt und wie es aufgewachsen ist. Sie meint auch, dass sich das Thema Ernährung einfacher gestaltet, wenn man nur auf sich selbst achten muss. „Ich hab’ mein Kaufen und meine Ernährung total umgestellt, wie er ausgezogen ist.“ Wo sie vorher oftmals konventionelle Markenprodukte für den Sohn kaufte, kann sie heute ihren Einkauf auf das weitgehend Notwendige reduzieren und das Hauptaugenmerk auf Bioprodukte legen.

5.1.5 Familie S.

„Nämlich Benzin dafür (Anm.: für Biolebensmittel) verbrauchen, des bringt’s ned. So wichtig is des a ned. Uns geht’s darum, dass unsre Lebensmittel halbwegs Sinn machen.“

Familie S. besteht aus Vater, Mutter und 3 Kindern. Herr und Frau S. luden mich zu sich in das Wohnhaus in Manhartsbrunn ein und standen mir beide beim Interview Rede und Antwort. Die Kinder sind im Schulalter und wohnen noch alle zu Hause. Als Produkte werden Honig und Imkereiprodukte vertrieben. Herr S. hat einer Ausbildung als Imkermeister, Frau S. ist gelernte Imkerfacharbeiterin.

Herr S. referiert auch selbst öfter über Richtlinien aus dem Biolandbau. Für ihn geht es bei bio um mehr als um den angeblichen „Gesundheitsmehrwert“. Ihm geht es vor allem darum, die Welt in der wir leben nicht noch weiter zu schädigen und zu kontaminieren. Er findet es schade, dass es oft nur dann möglich ist, bio an „die Frau oder den Mann zu bringen“, wenn man ihnen eine egoistische Kaufmotivation, nämlich es ist gesünder, dazu liefert. Er findet es auch in Ordnung, wenn jemand nur für den eigenen finanziellen Vorteil biologisch wirtschaftet, solange sie beziehungsweise er sich an die Vorgaben hält, denn dann hilft es ja auch der Umwelt. Wenn die Umwelt generell gesünder wird, dann kann auch die Landwirtschaft im Ganzen „gesündere“ und „pestizidärmere“ Produkte erzeugen. „Im Landbau ist es so, dass der Landwirt nur für das verantwortlich sein kann, was er selbst macht.“ Wenn in seinem Acker Pestizide nachgewiesen werden, die er selbst nie dort ausgebracht hat, dann stimmt Herrn S. das schon sehr nachdenklich. „Die Welt ist ein Dorf und ein Produkt kann nicht besser sein als die Welt.“ Aus diesem Grund ist er über jede BiobäuerIn froh, da diese dazu beiträgt, dass es seinen Bienen besser geht und diese nicht auf Grund von Umweltgiften sterben müssen.

5.1.6 Familie Lahner

„Da tut ma scho des Herz weh. Ich bin froh, dass wir da die Schweinderl haben, die des dann fressen. Da schau' ma schon sehr, dass wir keine Lebensmittel wegschmeißen.“

Frau Lahner ist verheiratet und hat 3 Kinder, die noch im Kleinkindalter sind. Familie Lahner ist somit die Familie mit den kleinsten Kindern unter allen Interviewteilnehmerinnen und -teilnehmern. Sie haben selbst Schafe und Schweine. Diese werden allerdings nur zur Eigenproduktion gehalten. Es findet kein Ab-Hof-Verkauf statt. Frau Lahner empfing mich zum Interview im zum Wohnhaus zugehörigen Garten in Oberkreuzstetten. Sie selbst verfügt über keine landwirtschaftliche Ausbildung. Herr Lahner allerdings ist landwirtschaftlicher Facharbeiter.

Frau Lahner ist die Einzige, die angegeben hat, dass sie, wenn der Preis günstiger ist, biologische Lebensmittel aus dem Ausland den Konventionellen aus Österreich vorzieht. Sie ist auch eine der Wenigen, die wirklich die Prospekte der Lebensmittelketten durchsieht und Angebote im Supermarkt in Anspruch nimmt. Sie kauft zwar trotzdem auch Produkte aus Gewohnheit, weil diese der Familie vom Geschmack her besser zusagen, oder weil man das einfach so von zu Hause gewohnt ist, aber trotzdem gibt sie an, dass auch Werbung die Kaufentscheidung mit beeinflusst. Bei Familie Lahner hängt der Anteil von Biolebensmitteln an der Ernährung auch von der aufgesuchten Einkaufsstätte ab. Wenn Frau Lahner zum Beispiel bei Billa oder Merkur einkauft, dann werden wesentlich mehr Bio-Produkte gekauft, als wie wenn sie zum Nah und Frisch in der Ortschaft geht. Grund hierfür ist das breitere Biosortiment in den vorhin genannten Märkten. Ein weiterer Punkt, der eigentlich nur von Frau Lahner angesprochen wurde ist, dass ihre Familie schon sehr darauf bedacht ist, das Wegwerfen von Lebensmitteln zu vermeiden. Sie versucht nur das zu kaufen, was benötigt wird oder was länger haltbar ist und auch Produkte, die schon das Haltbarkeitsdatum überschritten haben, werden noch verwendet, wenn diese keinen offensichtlichen Mangel aufweisen. Sollte es wirklich einmal der Fall sein, dass ein Produkt nicht mehr genießbar ist, so wird es an die hofeigenen Schweinderl verfüttert.

5.1.7 Herr G.

„Wie gesagt, dadurch, dass ich selbst Biobauer bin, hab ich eine CO₂-Bilanz, die sich andere, die in der Stadt wohnen und nur rülpsen und furzen, nur erträumen können.“

Herr G. stellt den Interviewteilnehmer dar, der geschieden ist und eine Tochter hat. Er wohnt mit seinen Eltern am Hof und wird essenstechnisch von seiner Mutter mitversorgt. Für das Interview stattete mir Herr G. einen Besuch ab. Er selbst ist landwirtschaftlicher Facharbeiter und Facharbeiter

im Bereich Weinbau. Es werden Produkte wie diverses Gemüse, Wein, Saft und Getreide angebaut beziehungsweise erzeugt.

Familie G. achtet zwar bei den Lebensmitteln auf Bioqualität, allerdings wird in anderen Lebensbereichen nicht so viel Wert auf eine nachhaltige Lebensweise gelegt. Herr G. gab an, bei der Zurücklegung seiner Einkaufswege und auch sonstigen Wege in der Freizeit nicht auf eine Einsparung von Autokilometern zu achten. Ein für ihn wichtiger Punkt, auf den er auch im Laufe des Interviews zu sprechen kam, ist seine positive CO₂-Bilanz, die er sich durch seine biologische Wirtschaftsweise erarbeitet. Diese erlaubt es ihm, in anderen Bereichen aus nachhaltigen Gesichtspunkten nachlässiger zu agieren. Bei der Ernährung fällt es Familie G. leicht sich bei Gemüseprodukten biologisch zu ernähren, da sie vieles davon selbst anbauen. Fleisch ist schwierig, da laut Herrn G. das Angebot an Biofleisch nur sehr begrenzt ist und ihm selbst der Aufwand für das eine Schweinderl mit den ganzen Richtlinien und den Aufzeichnungen zu groß ist. „Man muss für ein Schwein genauso viele Aufzeichnungen machen, als hätte man tausend.“ Sonst hätte er, laut eigenen Angaben selbst zehn Schweine.

5.1.8 Familie Dungal

„Man muss dem Konsumenten halt sagen, ich arbeite jetzt anders und wenn du willst, dass das honoriert wird, dann musst du es auch kaufen.“

Familie Dungal wohnt in Seyring und empfing mich dort direkt am Hof. Zum Großteil führte ich das Interview mit Herrn Dungal alleine. Gegen Ende gesellte sich dann auch noch Frau Dungal zu uns und vervollständigte zum Teil zuvor getätigte Aussagen von ihrem Mann. Herr Dungal selbst ist eigentlich gelernter Tischler, hat aber zusätzlich ein Jahr die landwirtschaftliche Fachschule besucht. Er selbst sagte, dass er sich das meiste landwirtschaftliche Wissen mit „Learning by Doing“ angeeignet hat. Herr und Frau Dungal haben ein Kind und bauen Ölkürbisse an.

Herrn Dungal macht es nichts aus, außerhalb der Saison auf gewisse Obst- und Gemüsesorten zu verzichten. Den Großteil des Lebensmitteleinkaufs erledigt Familie Dungal im Supermarkt, wobei es für sie schwierig ist, auf das Auto zu verzichten, da es in ihrer Ortschaft keinen Lebensmittelmarkt gibt. Bei diesen Interviewteilnehmern war es so, dass auch die Mutter von Herrn Dungal einen gewissen Einfluss auf das hat, was gegessen wird. Wenn die Frau von Herrn Dungal nämlich mittags in der Arbeit ist, dann isst er oftmals bei seiner Mutter zu Mittag. Sie achtet dabei allerdings nicht ganz so akribisch auf bio. Mutter Dungal ist eher Saisonalität und Regionalität wichtig, aber es wird zusätzlich ein großer Teil aus dem eigenen Garten verkocht, und dieser ist dann zwar nicht biozertifiziert, aber trotzdem biologisch produziert worden. Herr Dungal hat des Weiteren angegeben, dass seine Bedenken bezüglich Jausenbrot-Verzehr am Feld, seit er auf bio umgestiegen ist, verschwunden sind. Machte er sich vorher oftmals Gedanken, oder vermied es vollkommen am Feld zu essen, so kann er jetzt ohne lange nachzudenken seinen Apfel essen und gleichzeitig das Saatgut in den Händen halten.

5.1.9 Familie H.

„Jeder kann nur sein eigenes Umfeld ändern und dann passiert schon was.“

Herr H. ist verheiratet und hat zwei Kinder, die noch zu Hause wohnen. Das Interview fand direkt am Hof in Putzing im Büro von Herrn H. statt. Wir führten es alleine, die Frau war zur Zeit des Interviews gerade den Wocheneinkauf erledigen. Eigene Produkte sind Spargel, Kürbiskernöl, Mais, Soja, Weizen und Luzerne. Der Spargel wird während der Saison Ab-Hof verkauft.

Bei Familie H. ist es meist so, dass die Frau einkaufen fährt und sich auch um die Zusammenstellung des Menüplans kümmert. Manchmal allerdings, wenn Herr H. gerade Zeit hat, dann übernimmt auch er gerne den Lebensmitteleinkauf. Bevorzugt geht er dann zu Hofer, weil die neben Spezialangeboten im Bereich Sport und Technik auch über ein sehr breites Bio-Sortiment verfügen. Allerdings gab Herr H. an, nicht die Kitzbühler Bergbauern-Milch zu kaufen, da das für ihn aus nachhaltiger Sicht schon wieder nicht so viel Sinn macht, da es durchaus nähere Regionen mit Milchkühen gibt als Kitzbühel. Herr H. ist auch ein typischer Gewohnheitskäufer. Es werden zuerst einmal verschiedene Sorten Joghurt „verkostet“, dann bleibt man aber eher bei den Produkten, die man kennt und die einem schmecken. Auf die Frage hin, warum er selbst Wert auf Bioqualität bei Lebensmitteln legt, antwortete Herr H. mit „Sie wissen nicht was sie tun“. Er kann nicht selbst Bioprodukte erzeugen und diese dann aber nicht selbst auch konsumieren. Er sieht die ganze „Pestizidschicht“, wie er es auch nennt, sehr kritisch.

5.1.10 Familie Strobl

„Naja... wir sind mit den Lebensmitteln, die wir kaufen, eigentlich aufgewachsen. Wenn da jetzt ein anderes Sackerl im Regal steht, dass man ned kennt, dann kaufs mas ned. Weiß nicht, das is so ein Gewohnheitsding.“

Herr Strobl stellt mit seinen 20 Jahren den jüngsten Teilnehmer der Interviews dar. Er wohnt zusammen mit seinem Vater und seiner Freundin am Hof. Kinder gibt es keine. Zu seinen Produkten zählen Spargel, der während der Saison auch Ab-Hof verkauft wird, Wein, Kürbisse und Zucchini. Des Weiteren werden auch noch Getreide, Senf, Soja und Mais angebaut.

Für die Ernährung im Hause Strobl ist im Großteil die Freundin von Herrn Strobl zuständig. Trotzdem ist das Ernährungsverhalten aufgrund des jungen Alters und der bis vor Kurzem noch üblichen Versorgungssituation durch die Mutter stark von früher geprägt. Da Mama Strobl aber auch ihrerseits großen Wert auf biologische und vor allem regionale und saisonale Lebensmittel legt, gab es in diesem Bereich keine allzu große Umstellung. Darauf angesprochen, ob Herr Strobl sein eigenes Ernährungsverhalten als nachhaltig bezeichnen würde, antwortete er, dass es teilweise Bereiche gibt, die sicher nachhaltig gestaltet sind, allerdings gibt es trotzdem noch Ausbaumöglichkeiten. Ein wichtiges Anliegen ist ihm dabei, möglichst viel selbst herzustellen und einen großen Anteil an Produkten des eigenen Bedarfs selbst herzustellen.

5.2 Prüfung anhand der Globalauswertung

Obwohl ich zeitweise das Gefühl hatte, dass manche der zehn TeilnehmerInnen auf Grund des Vorhandenseins des Aufnahmegeräts ihre Ausdrucksweise bedächtiger wählten und zeitweise sicherlich auch vermehrt darauf achteten, was sie sagten beziehungsweise das sagten, was sie meinten sagen zu müssen, habe ich mich dennoch dazu entschlossen, alle 10 Interviews für meine Interpretation heranzuziehen. Im Endeffekt, spätestens als es um die Frage ging, ob sie ihr eigenes Ernährungs- und Einkaufsverhalten als nachhaltig bezeichnen würde, gaben alle eine ehrliche Antwort, anhand derer es mir möglich war, zuvor getätigte Aussagen noch einmal zu hinterfragen und somit gegebenenfalls „geschönte“ Aussagen noch einmal neu erläutert zu bekommen. Außerdem waren auch einige Leute dabei, die von vorneherein ausgesagt haben, dass ihnen bio in der Ernährung nicht so wichtig ist. Sie achten zwar in manchen Fällen darauf, aber es hat auf jeden Fall nicht Priorität. Aus diesem Grund halte ich die Interviews für authentisch und unterstelle keinem meiner Interviewteilnehmerinnen und Interviewteilnehmern, mir nur das gesagt zu haben, von dem sie meinten, dass ich es hören wollte.

5.3 Auswertung des Interviewmaterials

Nun nachfolgend werden die Inhalte der Interviews dargestellt. Die Beschreibung erfolgt anhand der Kategorien, die sich durch das thematische Kodieren ergeben haben. Auf eine Reihung nach dem Verfahren der Globalauswertung wird verzichtet, da bei dieser Methode die Inhalte alphabetisch geordnet werden und mir das im Zusammenhang mit der Darstellung der Ergebnisse als wenig sinnvoll erscheint. Ich habe versucht, die Ergebnisse in der Reihenfolge wiederzugeben, wie sie einerseits im Laufe der Interviews angesprochen wurden und andererseits wie sie mir zum logischen Verständnis und zum weiteren Aufbau des Inhalts sinnvoll erschienen.

Wenn das Wort Biobäuerin oder Teilnehmerin so wie gerade jetzt geschrieben steht, so handelt es sich dabei um eine Frau. Wurde es allerdings so „BiobäuerInnen“ oder „TeilnehmerInnen“ geschrieben, so sind sowohl Männer als auch Frauen damit gemeint.

5.3.1 Die Verwendung von Biolebensmitteln

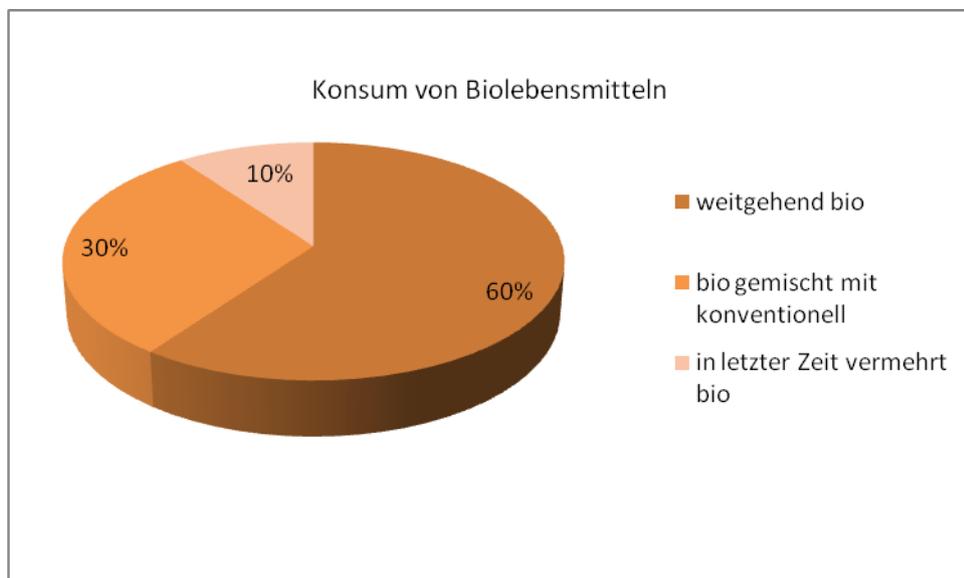


Abb. 18: Verwendung von Biolebensmitteln

Alle 10 Interviewteilerinnen und -teilnehmer gaben an, zumindest teilweise auf die Verwendung von Biolebensmitteln zu achten. Während 6 von 10 angaben, wirklich so weit wie möglich Bio-Produkte zu kaufen, sagten 3, dass sie zwar auch Bioprodukte kaufen würden, Bioqualität aber nicht der Hauptaspekt bei der Auswahl von Lebensmitteln wäre. Ein Interviewteilernehmer gab an, dass es erst in letzter Zeit stärker der Fall wäre, vermehrt auf Bioprodukte im Einkaufswagen zu achten.

Zwei Familien gaben an, dass Biolebensmittel dann gekauft werden, wenn dies mit ihren Mitteln leicht zu ermöglichen ist, so zum Beispiel wenn sie leicht zugänglich sind. Drei InterviewteilernehmerInnen sagten des weitern aus, dass sie mit dem Angebot an Bioprodukten zufrieden wären. Es gäbe mittlerweile genug Produktgruppen, die man in Bioqualität erwerben könnte und auch die Auswahl innerhalb dieser Gruppen ist zumindest für eine Interviewteilernehmerin ausreichend. Als Beispiel wurden zum Beispiel Joghurts genannt. Hier gibt es ihrer Meinung nach mittlerweile bereits genug Sorten, sodass man nicht immer dieselbe wählen muss und somit auch Abwechslung geboten bekommt. Nur eine Interviewteilernehmerin gab an, dass sie sich mehr Auswahl im Biobereich wünschen würde.

Den meist höheren Preis für Biolebensmittel sehen vier Familien nicht als Kaufhindernis an, sie finden ihn sogar gerechtfertigt und sind gerne bereit für bio „tiefer in die Tasche zu greifen“. Als Rechtfertigung wurden Gründe genannt wie: höherer Platzbedarf für die Biofleischproduktion und auch die längere Wachstumsdauer durch den Wegfall von Gewächshäusern und dem Ausgesetzt sein der „Launen der Natur“.

Als ein Kritikpunkt wurde genannt, dass es oft schwierig ist, an gewisse Produkte in Bioqualität zu gelangen. Hier wurde vor allem Fleisch als Problem genannt. Erstens gäbe es im Supermarkt oft nur ein unzureichendes Angebot, das dann oft auch nur in kleinen Verpackungsgrößen erhältlich ist, nicht für eine ganze Familie reicht und somit nur unnötig Müll produziert und zweitens gäbe es zwar die Möglichkeit direkt bei einem Bioviehbetrieb Fleisch einzukaufen, allerdings liegt der für die meisten Interviewteilernehmerinnen zu weit entfernt. Und Umwege extra für Biofleisch zu machen, kommt für viele dann auch nicht infrage, da sie dies schon wieder als nicht sinnvoll und „biologisch“ erachten. In diesem Fall entscheiden sich dann viele dazu, auf Grund des Mangels an Bioangeboten, auf Konventionelle Produkte zurückzugreifen. Dies ist auch oft bei zum Beispiel Süßigkeiten der Fall.

5.3.2 Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln

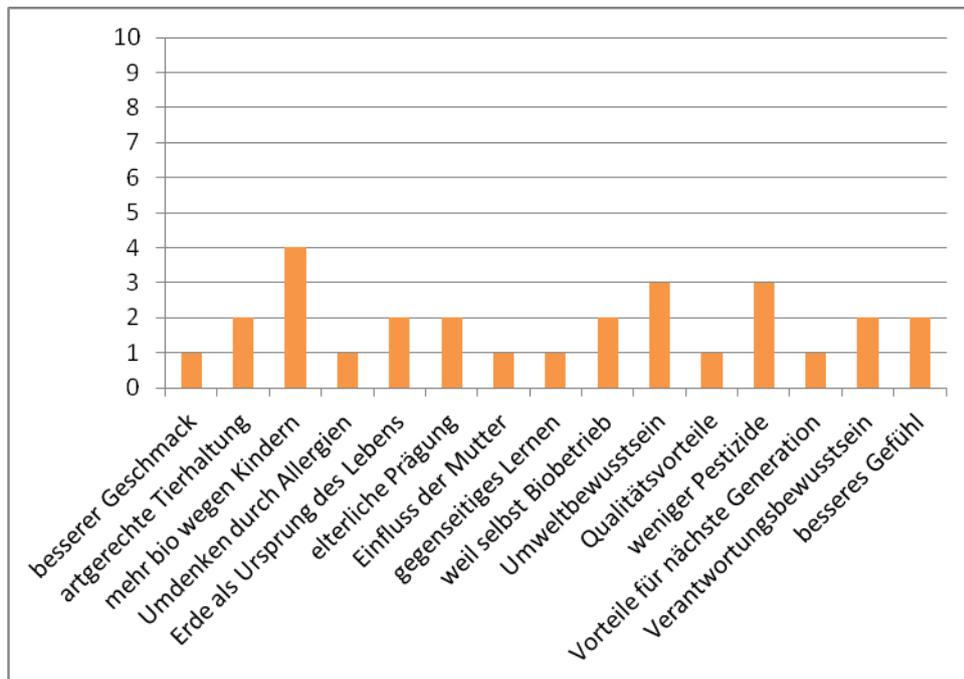


Abb. 19: Gründe für die Auswahl von Biolebensmitteln

So vielfältig wie die Biobäuerinnen und Biobauern selbst, sind auch ihre Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln. So ist es auch wenig verwunderlich, dass manche Gründe nur von einer Person alleine genannt wurden und nur die wenigsten für mehrere Personen gelten. Die einzigen Gründe, die zumindest von 4 der 10 InterviewteilernehmerInnen genannt wurden sind, dass man auf Grund des Vorhandenseins von Kindern vermehrt auf bio achtet, aber auch auf Grund von Umweltbewusstsein und auf Grund der geringeren Pestizidbelastung. Auch die artgerechte Tierhaltung ist ein Grund, der mehrmals genannt wurde.

Bio deswegen zu kaufen, weil sie damit einen besseren Geschmack verbindet, gab nur eine Interviewteilernehmerin an. Ein Grund, der zwar nicht der Meinung eines Teilnehmers entspricht, aber trotzdem genannt wurde, weil er von einer seiner Kundschaften genannt wurde ist, dass es vom Bau-

ern besser schmeckt als aus dem Supermarkt. Als Begründung hierfür nannte er, dass man wisse wie es produziert wird und auch dass die Präsentation der Produkte im Supermarkt zu einem Qualitätsverlust betragen würde. Der Lagerung im beheizten Geschäft und der ständigen Beleuchtung kann er mit einem kühlen und dunklen Lagerort entgegenhalten, was zu einem Erhalt der Inhaltsstoffe seiner Erdäpfel beiträgt.

Beim Punkt der artgerechten Tierhaltung gibt es unterschiedliche Wege der Umsetzung. Während eine Interviewteilnehmerin angab, ihren Fleischkonsum generell sehr stark reduziert zu haben und nur das Fleisch zu kaufen, bei dem sie sicher weiß, wo es herkommt, wie es aufgewachsen ist und wie es geschlachtet wurde, ist es bei den beiden anderen InterviewteilnehmerInnen eher so der Fall, dass bei einem fehlenden Angebot an Biofleisch auch Fleisch vom Fleischer aus der Ortschaft oder dem näheren Umkreis erworben wird, auch wenn dieses konventionell ist. Hier ist es eher wichtig den Aspekt der artgerechten Tierhaltung als erfüllt zu wissen, als dass das Fleisch wirklich nach allen Kriterien der biologischen Viehwirtschaft hergestellt wurde.

Eine Interviewteilnehmerin gab an, sich vorstellen zu können, dass man durch das Auftreten von Allergien auf Bioprodukte umsteigt. Dies sei zwar in ihrer Familie nicht der Fall, allerdings ist sie der Meinung, dass der Trend generell wieder dahin geht, mehr selbst und biologisch zu erzeugen um den zunehmenden Allergien entgegenzuwirken.

Ein weiterer Grund für den Kauf von Bioprodukten, der von zwei TeilnehmerInnen genannt wurde ist das Umweltbewusstsein. Der schonende Umgang mit dem Boden wurde sogar noch als Extrapunkt genannt. Die Erde wurde dabei als Ursprung alles Lebens bezeichnet. Ein Interviewteilnehmer sagte auch, dass das Produkt nicht besser sein kann, als der Boden worauf es wächst und entsteht. Von dem her ist es wichtig, auf die Gesundheit und Fruchtbarkeit des Bodens zu achten und diese durch die biologische Wirtschaftsweise beziehungsweise den Kauf von Bioprodukten zu erhalten. Nur das ermöglicht es, seiner Meinung nach, gesunde und gute Lebensmittel zu erzeugen. Ein weiterer Punkt, der für diesen Interviewteilnehmer wichtig war ist, dass das Vorgaukeln eines gesundheitlichen Vorteils von Bioprodukten oft die einzige Möglichkeit ist, diese „an die Frau oder den Mann zu bringen“. Er findet es sehr schade, dass viele Menschen Dingen nur dann eine Chance geben, wenn sich dadurch ein rascher persönlicher Vorteil ergibt. Er kritisierte, dass von der ursprünglichen Idee, dass irgendwann, wenn man nachhaltig wirtschaftet die Welt im Gesamten besser wird, nicht mehr sehr viel übrig ist. Zumindest im Bereich der Werbung und des Handels. Hier ist man, seiner Meinung nach, dazu übergegangen, bio als gesünder, nährstoffreicher, rückstandsärmer und dergleichen darzustellen, um die KonsumentInnen auf Grund eines egoistischen Grundes davon zu überzeugen, dass es sich lohnt, mehr in Bioprodukte zu investieren.

Generell ist auffallend, dass der Punkt „Bio ist gesünder für mich“ so direkt von keinem der Interviewteilnehmerinnen und Interviewteilnehmer genannt wurde. Zwar wurden Qualitätsvorteile, der geringere Pestizidgehalt und auch weniger Bedenken zum Beispiel beim direkten Kontakt mit dem Saatgut angeführt, allerdings muss sich das nicht nur auf den gesundheitlichen Vorteil beziehen.

Ein Grund, der von drei Teilnehmerinnen und Teilnehmern genannt wurde ist die eigene Tätigkeit als Landwirtin beziehungsweise Landwirt. Sie meinten, dass sie ja wohl kaum biologisch wirtschaften könnten, während sie selbst aber keine biologischen Lebensmittel konsumieren. Dies klingt für sie nicht logisch, denn sie können nicht von anderen das erwarten, was sie selbst nicht tun würden. Anders ausgedrückt, wenn sie nicht einmal selbst ihre Produkte kaufen und essen, wer sollte es dann sonst tun?

Gesprächsthema bei einem Interview war auch der Einfluss der Mutter, die elterliche Prägung und das gegenseitige Lernen von Eltern und Kindern. Es ging dabei darum, dass man als Mutter sehr wohl einen Einfluss darauf hat, was das Kind isst. Sowohl in den Jahren, in denen es noch zu Hause wohnt, als auch in jenen, in denen das Kind schon selbst Konsumententscheidungen trifft. Zwar kann man es im

ersten Fall direkter und offensiver steuern, da das Kind zu der Zeit meist noch das isst, was zu Hause im Kühlschrank ist und was es von der Mutter vorgesetzt bekommen, aber auch im zweiten Fall gibt es durchaus einen Weg das Verhalten positiv zu beeinflussen. Wie man es vorgelebt bekommt, so führt man es meist auch weiter. Beim gegenseitigen Lernen hängt es vor allem auch davon ab, wie groß zum Beispiel das Interesse des Kindes an Themen wie Nachhaltigkeit und biologischen Produkten ist. Hier gibt es aber oft große Potentiale. Oftmals probieren Kinder im jugendlichen Alter aus, wie es ist, wenn man komplett auf Fleisch verzichtet. Es ist zu beobachten, dass dies aber oftmals nicht aus dem Grund des Nichtschmeckens passiert, sondern häufig aus ethischen Gründen. Die Tiere tun einem Leid und man verzichtet lieber auf das Schnitzel, als dass seinetwegen ein unschuldiges Tier getötet werden muss. Auch die Medien haben oft einen großen Einfluss auf Kinder. Filme wie „We feed the world“ oder „Plastic planet“ werden vermehrt in der Schule als Unterrichtsmaterial eingesetzt und führen oft dazu dass Kinder und in weiterer Folge auch deren Eltern wachgerüttelt werden. Wenn Kinder von der Schule nach Hause kommen und von den Geschehnissen erzählen beziehungsweise beschließen, etwas in ihrem Leben und Handeln zu ändern, so kann dies auch oft von den Eltern als Vorbild oder Ansporn gesehen werden, mitzuziehen.

Generell wurde von Interviewteilerinnen und Interviewteilnehmern, die selbst Eltern sind, meist angegeben, dass sie auf Grund der Kinder vermehrt auf Biolebensmittel achten. Ein wesentlicher Aspekt ist dabei die Herkunft. Allerdings wurde von einer Interviewteilerin auch angegeben, dass sie jetzt mehr auf die Ernährung der Kinder mit Biolebensmittel achtet, da es heute stärker in den Medien vertreten ist, als früher. Eine andere Interviewteilerin gab an, vermehrt auf die Inhaltsstoffe der Kinderprodukte zu achten. Dabei geht es zwar nicht vorrangig um die biologischen Inhaltsstoffe, aber sie meint, dass man generell darauf schaut, dass die Produkte gesünder sind und zum Beispiel auch weniger Zucker enthalten. Eine andere Interviewteilerin gab an, dass sich ihr Ernährungsverhalten erst nach dem Auszug ihres Sohnes hin zu mehr bio geändert hat. Das liegt aber weniger daran, dass sie es nicht vorher schon versucht hätte, aber sie meinte, dass es mit ihrem Sohn oftmals schwieriger war, da er auf bestimmte Produkte fixiert war, die es nicht in Bioqualität gab. Sie hat zwar versucht weitgehend dasselbe Produkt in Bioqualität zu bekommen, als Beispiel nannte sie hier zum Beispiel Ketchup, aber es war oftmals nicht leicht ihre Vorstellungen umzusetzen. Seit der Sohn ausgezogen ist, sagt sie, ist ihr Ernährungs- und Konsumverhalten weitaus nachhaltiger geworden. Es zeigt sich also, Kinder können den Konsum von Biolebensmitteln sowohl in die eine, als auch in die andere Richtung verändern.

Zuletzt wurde auch noch der eigentliche Nachhaltigkeitsgedanke, dass unser Handeln nicht die Zukunft der nachfolgenden Generationen negativ beeinflussen soll, aufgegriffen. 2 der 10 InterviewteilerInnen gaben an, aus Verantwortungsbewusstsein zu biologisch erzeugten Lebensmitteln zu greifen.

5.3.3 Regionalität

Beinahe alle kaufen ihre Lebensmittel wenn möglich in ihrem Wohnort ein. Für manche ist dies leichter möglich, da es zahlreiche BäuerInnen und einige größere Lebensmittelketten in ihrer Ortschaft gibt (zum Beispiel Spar und Billa in Gaweinstal). Andere haben aber zum Beispiel nur eine BäuerIn oder Nah und Frisch in der Ortschaft, die ihnen zwar meist das Nötigste bieten und auch des Öfteren für den Einkauf aufgesucht werden, jedoch ist es noch zusätzlich nötig, auch zu weiter entfernten Geschäften zu fahren um auch wirklich alles zu bekommen, was auf dem Einkaufszettel steht.

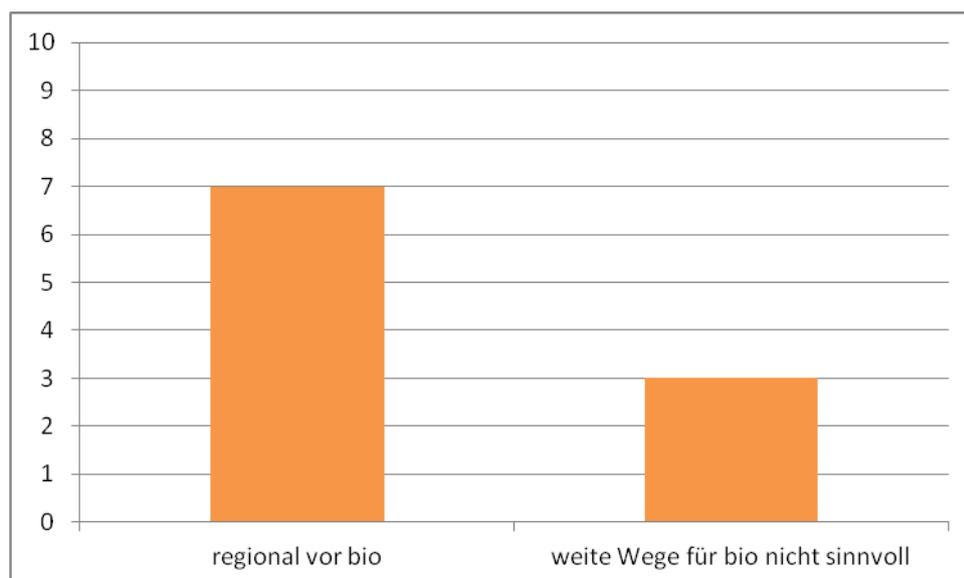


Abb. 20: Bedeutung von Regionalität

Für 7 der 10 Interviewteilerinnen geht Regionalität vor bio. Als konkretes Beispiel wurde da in den Interviews darüber diskutiert, zu welchem Produkt sie greifen, wenn sie zum Beispiel einen Bio-Paradeiser aus Italien und einen konventionellen Paradeiser aus Österreich zur Auswahl hätten. Eigentlich sagten alle aus, dass sie zum heimischen Produkt greifen würden. Nur eine Biobäuerin gab ein konkretes Beispiel an, wo sie zuletzt einmal vor dem Supermarktregal gestanden ist und sich dann für den Biospargel aus Ungarn und nicht für den Konventionellen aus dem Marchfeld entschieden hätte. Hier war als Grund für Sie der Preis ausschlaggebend.

3 der 10 Interviewteilerinnen gaben an, dass sie deswegen zu den regionalen Produkten greifen, weil es für sie keinen Sinn macht, weite Extrawege für Bioprodukte zurückzulegen. Sie sehen durch die langen Extrawege den Nachhaltigkeitsgedanken schon wieder eher gefährdet, als dass man ihm durch den Kauf von diesem einen Bioprodukt gerecht werden würde. Hier ist es den Teilnehmerinnen und Teilnehmern lieber, sie kaufen ein konventionelles Produkt, dafür stammt es aber aus ihrer näheren Umgebung.

In zwei Interviews kristallisierte sich heraus, dass es für diese Familien immer wichtiger wird, wieder so viel wie möglich selbst herzustellen. Es geht dabei aber nicht nur um die Produkte, die sie so und so im Rahmen der Wirtschaft anbauen und herstellen, sondern auch in anderen Bereichen, wie zum Beispiel im Bereich des Kochens. Genannt wurden da als Beispiele Marmeladen, Pestos, Sirupe, aber auch einfach, dass der eigene Gemüse- und Kräutergarten immer mehr an Bedeutung gewinnt. Allerdings wurde hier von einer anderen Familie angesprochen, dass oft Zeit als hemmender Faktor fungiert. Sie hätten zwar großes Interesse daran, selbst Gemüse im Garten anzubauen, allerdings würde ihnen dann die Zeit für den Pflegeaufwand (Unkraut zupfen, Gießen,...) fehlen.

Zuletzt wurde auch von zwei Damen bei den Interviews angesprochen, dass ihnen die Herkunft ihrer Produkte, vor allem beim Fleisch, sehr wichtig wäre. Eine gab an, dass sie Fleisch überhaupt nur dann kaufe, wenn sie wüsste, wie das Tier gehalten wurde und aufgewachsen ist. Die andere sagte aus, dass sie lieber das konventionelle Fleisch beim Fleischer ihres Vertrauens kaufe, bei dem sie wisse, wo das Tier herkommt und wie es gehalten wurde, als das „anonyme“ Fleisch aus dem Supermarkt zu kaufen.

5.3.4 Saisonalität

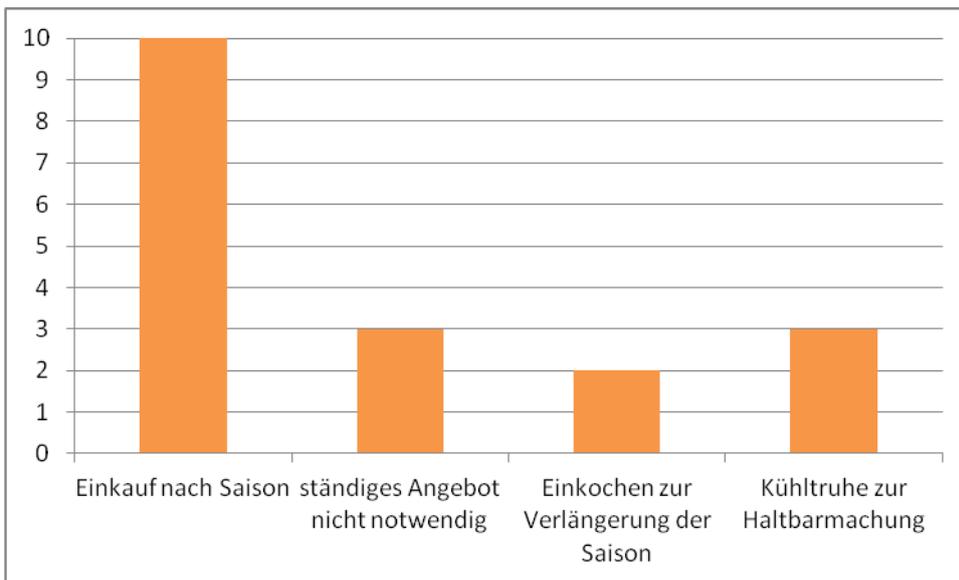


Abb. 21: Antworten aus dem Bereich der Saisonalität

Alle InterviewteilnehmerInnen gaben an, dass ihnen Saisonalität sehr wichtig ist. Ein Paradeiser im Winter landet nur bei den wenigsten am Winter und auch die Erdbeeren, beinahe in jedem Interview genannt, kommen nur während der Saison auf dem Teller. Ein Interviewteilnehmer beschrieb seine Ernährung so „Zur Saison bunt, im Winter recht einfältig“. Auch eine andere Interviewteilnehmerin gab an, dass „die Jahreszeit am Teller erkennbar sein sollte“. Diese beiden Aussagen zeigen recht deutlich, dass es durchaus Unterschiede bei der Ernährung im Laufe des Jahres gibt. Eine Biobäuerin erzählte mir auch, dass sie sogar einen Saisonkalender in der Küche hängen hätte, an dem die Kinder nachschauen können, welches Obst und Gemüse gerade Saison hat. Das hilft ihren Kindern und führt nicht dazu, dass sie dann im Winter zum Beispiel nach Erdbeeren verlangen. Auch eine andere Mutter gab an, dass ihre Kinder gut über die Saison von bestimmten Obst- und Gemüsesorten Bescheid wüssten und somit nicht außerhalb der Saison danach verlangen. Allerdings nutzt sie, wie auch noch zwei andere InterviewteilnehmerInnen, die Kühltruhe zum Einfrieren von Obst, um es dann zum Beispiel im Winter als Nachspeise zu verwenden. Auch durch das Einfrieren von Kräutern und Gemüse kann man im Winter auf frische Produkte zurückgreifen und sich so in der kalten Jahreszeit wieder ein Stück Sommer auf den Teller holen.

Auch das Einkochen ist eine Variante, um die Saison zu verlängern, die von 2 der 10 Interviewteilnehmerinnen angesprochen wurde. Produkte, die so verarbeitet werden sind zum Beispiel Paradeiser für Ketchup, Obst für Marmeladen, Blüten und Beeren für Säfte und so weiter.

Des Öfteren hörte man auch bei den Interviews, dass die BiobäuerInnen es nicht verstehen, dass andere Menschen im Supermarkt keine Rücksicht auf das regionale und saisonale Angebot nehmen. Sie können oft nur den Kopf über das schütteln, was sich andere Menschen, auch Bekannte von ihnen, in den Einkaufswagen legen. Daraus ergab sich dann auch in einem Interview die Frage, wie viel Einfluss der einzelne Konsument auf das Angebot im Supermarkt haben kann. Geantwortet wurde dann mit dem Beispiel EHEC und den Gurken aus Spanien, was damals zu einer Weigerung des Kaufs von Gurken geführt hat. Die Interviewteilnehmerin meinte dann auch, dass es sich kein Geschäft leisten könnte, Unmengen an Waren unverkauft zu entsorgen und somit jeder einzelne Konsument sehr wohl eine Entscheidungs- und Beeinflussungsmacht hat. Wenn niemand im Winter mehr Erdbeeren kauft, dann werden die Supermarktketten bald darauf verzichten weiter Erdbeeren außerhalb der Saison anzubieten. Leider sind die Menschen es aber mittlerweile schon so gewohnt alles immer

und zu jeder Jahreszeit zu bekommen, dass ihnen erstens oft schon das „Gespür für die Natur und den natürlichen Jahresverlauf“ fehlt und es ihnen zweitens die Bequemlichkeit und Gewohnheit nicht mehr erlaubt, auf gewisse Dinge zu warten und sie wirklich nur dann zu konsumieren, wenn sie eigentlich gerade heimisch und/oder saisonal sind.

Oftmals machen sich die Leute auch nicht die Mühe genauer nachzuforschen, wo genau jetzt das von ihnen gekaufte Produkt herkommt. Es wird gekauft, weil es im Supermarkt angeboten wird und dadurch wird angenommen, dass es „eh gerade Saison hat“. Zwar hat niemand der InterviewteilnehmerInnen angegeben, dass sie selbst nicht auf die Saison schauen, allerdings wurde dies immer wieder im Laufe der Interviews zur Sprache gebracht, deshalb habe ich es auch jetzt bei der Auswertung der Interviews herangezogen, da es doch deutlich zeigt, wie wichtig BiobäuerInnen die Saisonalität ist.

5.3.5 Ernährungsaufgabe

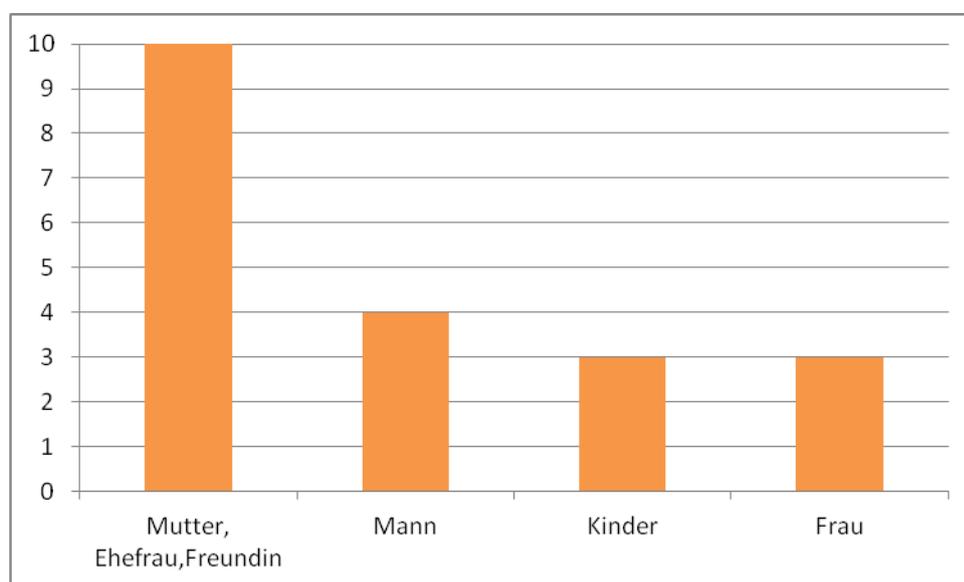


Abb. 22: Verteilung der Ernährungsaufgabe innerhalb der Familie

In allen 10 Familien zeigt sich bei der Ernährungsaufgabe noch eine klassische Rollenverteilung. Die Hauptaufgabe kommt dabei der Frau alleine zu. Sie entscheidet meist, was gekocht und gekauft wird. Nur in 4 Familien ist es der Fall, dass sich auch der Mann bei der Entscheidung „Was gibt es morgen zu essen?“ beteiligt. Die Kinder entscheiden in 3 Familien mit. Wobei auch hier noch die Hauptaufgabe bei der Mutter liegt. Zwei von ihnen gaben nämlich an, dass sie sich zwar öfter Vorschläge von den Kindern wünschen würden, was sie denn jetzt kochen sollten, allerdings bekommen sie oft die Antwort „Ich weiß es nicht“ zu hören.

Auffällig ist, dass in der Biobauernfamilie, in der der geschiedene Biobauer wohnt, die Mutter entscheidet was gekocht wird. Zwar erledigt dann meist der Sohn den Einkauf, allerdings bekommt er hierfür von der Mutter einen Einkaufszettel, wo alles detailliert aufgelistet steht, was er besorgen soll.

In einer anderen Familie wird es so gehandhabt, dass der Mann zu seiner Mutter Mittagessen geht, wenn seine Frau mittags arbeiten ist. Die Verantwortung für seine Ernährung teilen sich somit seine Frau und seine Mutter. Am Abend kümmert sich zwar dann wieder die Frau um das leibliche Wohl ihres Mannes, aber auch untertags ist es eine Frau, die sich um die Ernährungsaufgabe kümmert und nicht der Mann selbst.

Bei einer Biobäuerin entscheidet der Inhalt des Biokisterls ganz wesentlich mit, was die nächsten Tage auf den Tisch kommt. Die Gerichte setzen sich dann aus den Zutaten des Kisterls zusammen und werden dann je nach Bedarf ergänzt. Zwar entscheidet auch in diesem Fall wieder die Frau was gegessen wird, jedoch liegt das in dem Fall auch daran, dass die alleine lebt. Das Biokisterl dient in diesem Fall also als Entscheidungshilfe.

5.3.6 Bevorzugung bestimmter Produktgruppen in Bioqualität

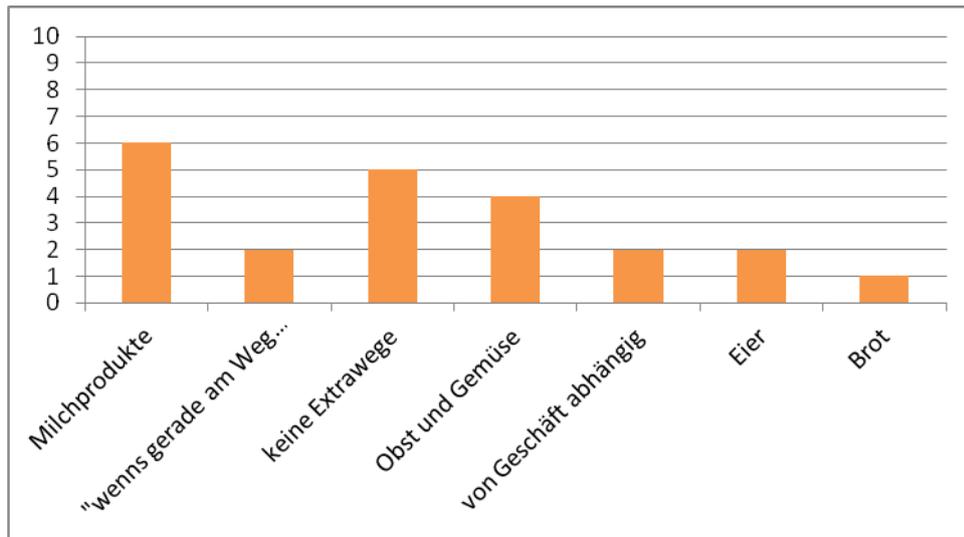


Abb. 23 : Produktgruppen die bevorzugt in Bioqualität gekauft werden

Auffallend ist, dass mehr als die Hälfte der InterviewteilerInnen angab, besonders bei Milchprodukten auf Bioqualität zu achten. Andere Produktgruppen, die zwar auch genannt wurden, aber dafür nicht so häufig, sind Obst und Gemüse. Hier wird aber schon ein Großteil aus eigener Produktion und durch den eigenen Gemüsegarten gedeckt. Eier wurden immerhin noch von zwei BiobäuerInnen als bevorzugt biologisches Produkt erwähnt, aber nur ein Biobauer erwähnte, beim Einkauf besonders oft Biobrot zu achten. Hier wurde aber oft von InterviewteilerInnen erzählt, dass es für sie leichter wäre konventionelles Brot zu bekommen.

Dies führt auch schon zum nächsten Thema, das öfter im Laufe der Interviews zur Sprache gebracht und auch schon an anderer Stelle bei der Auswertung des Interviewmaterials besprochen wurde, nämlich die Vermeidung von Extrawegen für Bioprodukte. Das wurde doch von 5 der 10 GesprächspartnerInnen als wichtiges Kriterium beim Kauf von Bioprodukten genannt. Hier bietet es sich aber an, bestimmte oder auch „besondere“ Produkte zu kaufen, wenn diese „gerade am Weg liegen“. Hiermit meinten die zwei BiobäuerInnen, die diese Aussage getätigt haben, dass sie gewisse Bioprodukte nicht regelmäßig konsumieren, sondern eher unregelmäßig, wenn es sich gerade ergibt. Als Beispiel wurde genannt, dass sie, wenn sie vom Liefern nach Hause fahren und bei einem Geschäft vorbeikommen, das sie aufgrund des langen Anfahrtsweges sonst nicht extra anfahren würden, „spezielle Sachen“, die man nur dort bekommt, gleich mitnehmen. Zu diesen speziellen Sachen zählt eben zum Beispiel Biobrot, Biofleisch und Biogewürze.

Zwei InterviewteilerInnen gab auch an, dass bei ihnen der Anteil an Bioprodukten am Einkauf ganz wesentlich davon abhängt, welches Geschäft sie für ihren Einkauf aufsuchen. So wird es einem zum Beispiel bei Merkur oder Billa wesentlich einfacher gemacht viele Produkte in Bioqualität zu

kaufen, als beispielsweise bei einem Nah und Frisch. Dies liegt einfach an einem wesentlich breiteren Biosortiment in vorhin genannten Supermarktketten.

5.3.7 Bezugsquelle von Lebensmitteln

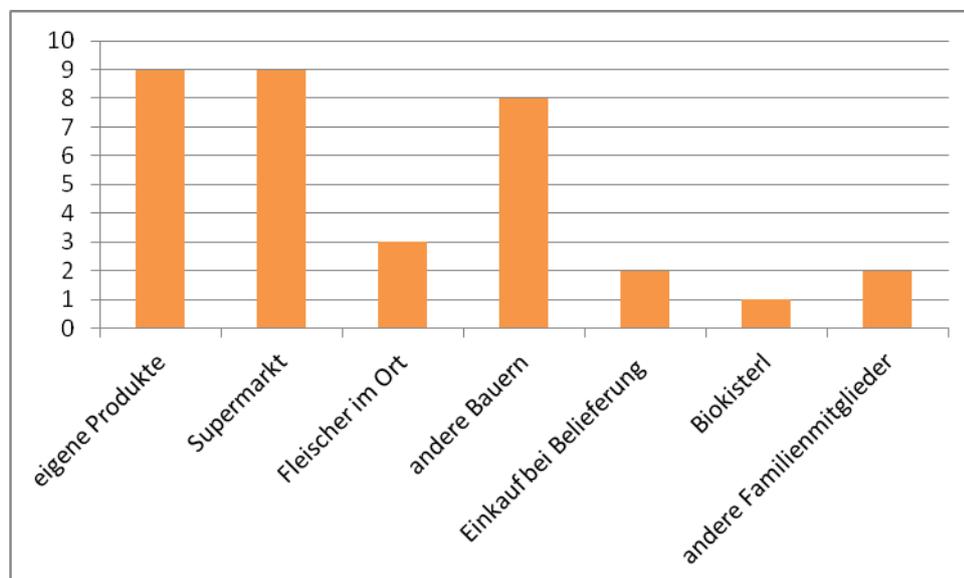


Abb. 24: Bezugsquellen der Lebensmittel

Fast alle Bauern gaben an, ihre Produkte auch selbst zu konsumieren. Nur einer sagte aus, dieses kaum zu tun, allerdings zählen Ölkürbisse zu seinen Hauptprodukten, und die sind weniger für den Verzehr als für die Produktion von Kürbiskernöl geeignet.

Den Supermarkt wählen 9 von 10 InterviewteilnehmerInnen als Hauptbezugsquelle ihrer Lebensmittel. Die zehnte Familie gab an, sehr viel aus eigener Produktion oder von umliegenden Bauern zu nutzen und wirklich nur dann den Supermarkt aufzusuchen, wenn es gar nicht anders geht.

Drei Interviewteilnehmerinnen gaben an, dass sie häufig beim Fleischer in ihrer Ortschaft einkaufen. Warum das nicht von mehr InterviewteilnehmerInnen so gehandhabt wird, wurde nicht detailliert nachgefragt, allerdings weiß ich in den meisten Fällen, dass es keinen Fleischer im Wohnort gibt und somit vielen einfach nicht die Möglichkeit dazu gegeben wird. Da es dann aber nur für die wenigsten sinnvoll ist, zu einem weiter entfernten Fleischer oder Betrieb zu fahren, nutzen viele dann das Fleischangebot im Supermarkt oder kaufen, wenn sie dann doch einmal den weiteren Weg auf sich nehmen, größere Mengen ein und machen sie dann durch Einfrieren haltbar.

Immerhin 8 BiobäuerInnen nutzen regelmäßig das Angebot von benachbarten oder befreundeten BäuerInnen. Aber auch hier ist weniger die Bioqualität als vielmehr die Nähe und das Vertrauen zur produzierenden Person für den Einkauf ausschlaggebend. Oftmals wird auch gleich der Umstand genutzt, dass man aufgrund einer Belieferung einer Kollegin oder eines Kollegen so und so schon vor Ort ist, und nimmt dann gleich alle Produkte mit, die man in nächster Zeit gebrauchen könnte. Diese Form des Einkaufs wurde dann als eine Art Tauschhandel bezeichnet.

Eine weitere Bezugsquelle ist das Biokisterl, das eine Biobäuerin regelmäßig mit frischen, regionalen, saisonalen und biologischen Lebensmitteln versorgt. Auch das Obst und Gemüse, das in Gärten von anderen Familienmitgliedern wächst, wird in vielen Familien oftmals als Quelle herangezogen. Diese Familienmitglieder müssen dabei aber nicht zwangsläufig selbst als BiobäuerInnen tätig sein. Oftmals

werden aber die Produkte aus dem Eigenanbau, die auch unter Verzicht auf chemisch-synthetische Mittel erzeugt wurden, gleichwertig, wenn nicht sogar höherwertig als zertifizierte Bioprodukte aus dem Geschäft angesehen.

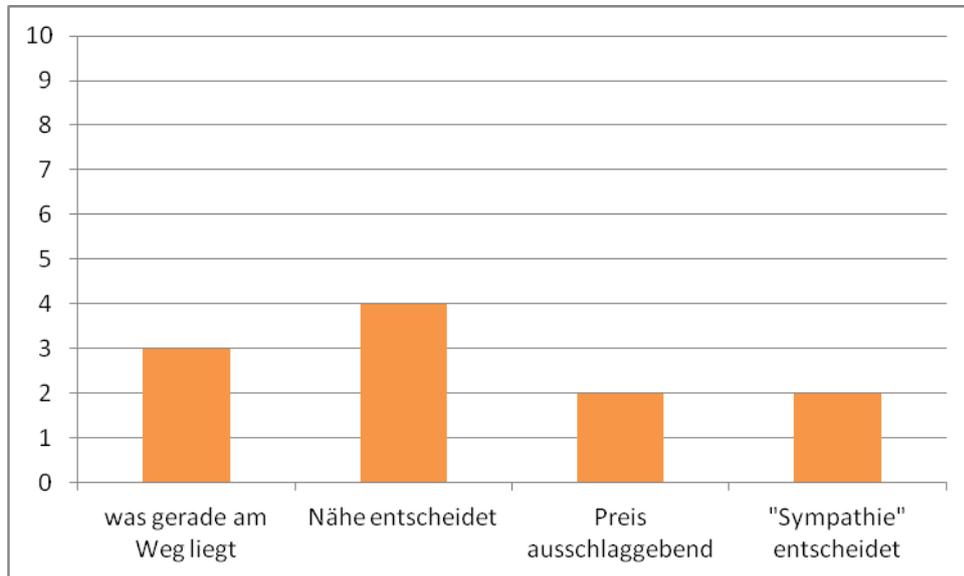


Abb.25: Gründe für die Auswahl der Einkaufsstätten

Bei der Begründung für die Wahl der Einkaufsstätte hat sich die Nähe als Hauptauswahlkriterium hervorgehoben. Allerdings gab auch ein Interviewteilnehmer an, dass in seiner näheren Umgebung von jeder namhaften Supermarktkette zumindest eine Filiale in der Nähe sei und somit nicht die Nähe der ausschlaggebende Punkt sei, sondern auch die „Sympathie“ mit dem Markt gegeben sein muss. Dies war auch für eine andere Familie ausschlaggebend. Das Geschäft muss von der Gestaltung des Verkaufsraumes und der Präsentation der Angebote ansprechend sein, um gerne und regelmäßig für den Einkauf aufgesucht werden. Supermarktketten, in denen man sich nicht wohl fühlt, werden dann eher gemieden und nur dann aufgesucht, wenn man ein spezielles Produkt kaufen möchte, das es nur dort gibt.

Wie auch schon vorher erwähnt, werden auch jene Einkaufsstätten bevorzugt für den Einkauf genutzt, die gerade am Weg liegen. Hier bezieht es sich aber nicht mehr nur darauf, dass es am Nahhause-Weg vom Liefern liegen muss, sondern auch der Heimweg von der Arbeit, von Besorgungen oder sonstigen privaten Terminen dient als Anhaltspunkt. Einkaufsstätten, die am Weg heim von der Arbeit liegen, so fern ein Familienmitglied einem Beruf außerhalb des Betriebes nachgeht, werden eher aufgesucht als solche, die man extra anfahren muss. Wird aber der Einkaufsweg vom Wohnhaus aus gestartet, sind eher Gründe wie Nähe zu diesem und der Preis der Produkte ausschlaggebend.

5.3.8 Einkaufsverhalten

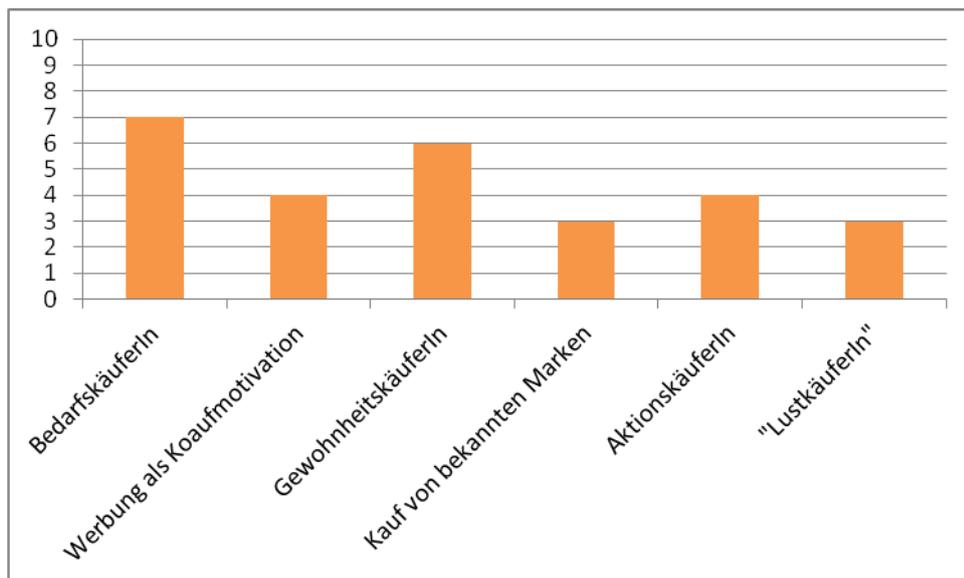


Abb. 26: Arten des Einkaufsverhaltens

Betrachtet man nun das Einkaufsverhalten der einzelnen InterviewteilerInnen und –teilerInnen genauer, so zeigt sich, dass 7 von 10 BedarfskäuferInnen sind und das kaufen, was gerade ausgegangen und somit nachgefüllt werden muss oder was sie für die Umsetzung ihrer Menüpläne für die Woche brauchen. Zusätzlich zu den BedarfskäuferInnen gibt es unter den 10 InterviewteilerInnen auch noch die GewohnheitskäuferInnen. 3 der BedarfskäuferInnen fallen auch in diesen Bereich. GewohnheitskäuferInnen kaufen die Produkte, die sie bereits gewohnt sind, und die man zum Beispiel auf Grund des Geschmacks bevorzugt. Auch die elterliche Prägung kann bei der Bevorzugung gewisser Produkte ausschlaggebend sein. Produkte, die sich schon im Elternhaus als gut herausgestellt haben, werden auch vermutlich im weiteren Leben diesen Status beibehalten.

Die Werbung als Kaufmotivation wurde von 4 der 10 InterviewteilerInnen genannt, wobei es sich in zwei Gruppen aufteilt. Zwei gaben an, dass sie selbst Werbung durchsehen und dann auch anhand dieser ihre Kaufentscheidung treffen, die anderen beiden gaben an, dass Werbung wesentlich das Kaufverhalten der Konsumenten beeinflussen kann. Die zwei zuerst genannten InterviewteilerInnen finden sich dann auch in der Säule der AktionskäuferInnen wieder. Hier gesellen sich aber auch noch zwei andere BiobäuerInnen dazu, die öfter einmal Aktionen wie „-25% auf alle Produkte von Ja Natürlich“ oder „Kauf 3-Zahl 2 Aktionen“ nutzen. Solche Produkte werden dann oft für die Vorratshaltung genutzt oder zum Beispiel eingefroren. Kundenkarten besitzen immerhin 3 der 10 BiobäuerInnen.

Auffallend war, dass vor allem die männlichen InterviewteilerInnen angaben, „Lustkäufer“ zu sein. Sie kaufen weniger das ein, was gerade benötigt wird, sondern eher das, was sie gerade im Geschäft anspricht. Zwar wird trotzdem auch der „Bedarfseinkauf“ erledigt, allerdings finden sich im Einkaufswagen der männlichen Biobauern auch häufig Produkte, auf die sie im Laufe des Einkaufs gerade Lust bekommen haben und die in dieser Form nicht auf dem Einkaufszettel gestanden sind.

Ein weiterer Punkt, der noch von zwei InterviewteilerInnen angesprochen wurde ist das bedachte und bewusste Einkaufen. Sie nehmen sich bewusst Zeit für den Einkauf und erledigen diesen nicht schnell und im Vorbeigehen nach einem stressigen und anstrengenden Tag. Für sie ist es wichtig, bei der Auswahl der Produkte die Produktinformationen genau durchzulesen und ganz bewusst die Produkte auszuwählen. Diese Form des Einkaufens nimmt zwar viel Zeit in Anspruch, allerdings ist

den beiden TeilnehmerInnen diese Form des Aufwandes recht, um auch sicher zu gehen regionale, saisonale, nachhaltige und faire Lebensmittel zu erwerben.

5.3.9 Kochverhalten

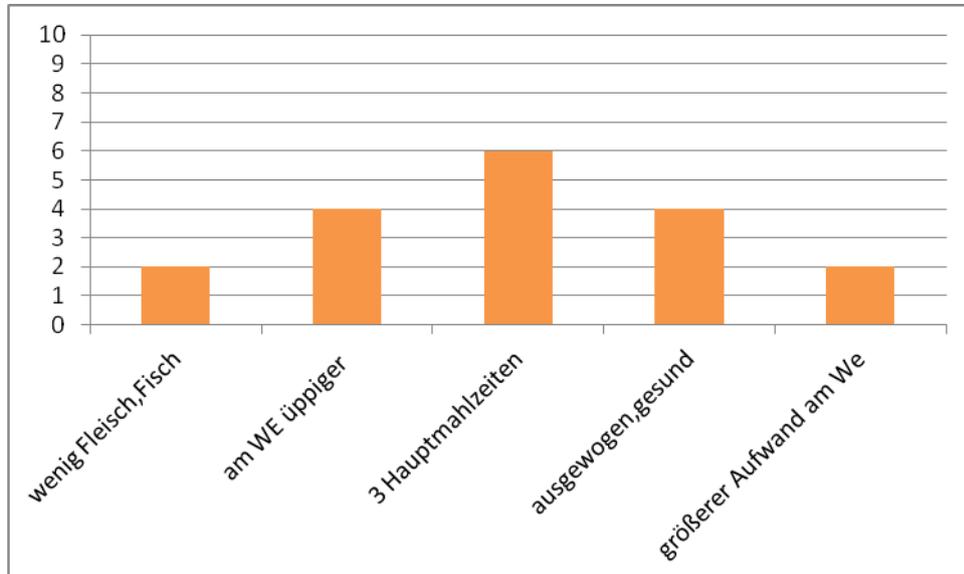


Abb. 27: Ausgewählte Aspekte aus dem Kochverhalten der InterviewteilerInnen

Fast alle InterviewteilerInnen gaben an, dass jeden Tag gekocht wird. Die Verteilung der Mahlzeiten gliedert sich dabei häufig in drei Hauptmahlzeiten, wobei in vielen Familien zumindest einmal am Tag warm gekocht wird. Wenn alle Familienmitglieder tagsüber anwesend sind, so ist dies meist das Mittagessen. Wenn die Kinder aber zum Beispiel über Mittag in der Schule sind oder die Frau tagsüber arbeitet, so findet das gemeinsame warme Essen meist abends statt.

Vier Familien gaben an, am Wochenende üppiger zu essen als unter der Woche. Dies bezieht sich aber bei zwei Familien nicht auf einen erhöhten Kochaufwand, das trifft nur auf die anderen zwei Familien zu. Die zwei Familien, die angaben, am Wochenende üppiger zu essen, bezogen dies meist auf das Frühstück, da sie am Wochenende, anders als unter der Woche, mehr Zeit für diese Mahlzeit hätten. Bei zwei Familien wurde explizit angesprochen, dass am Wochenende mehr Zeit fürs Kochen investiert wird. So kommt zum Beispiel am Sonntag der typische Sonntagsbraten auf den Tisch und auch mehrere Gänge (Vorspeise, Hauptspeise und Nachspeise) werden kredenzt.

Generell wurden für die Beschreibung des Ernährungs- und Kochverhaltens Worte wie traditionell, gesund und ausgewogen benutzt. Auch auf die Vermeidung von Fertigprodukten wurde in zwei Fällen hingewiesen. In diesen Familien wird versucht, so weit wie möglich auf die Verwendung von Convenience Produkten zu verzichten. Sollte es der Ernährungsverantwortlichen einmal nicht möglich sein zu kochen, so wird bereits am Tag vorher, durch das Vorkochen größerer Mengen versucht, der Verwendung von Tiefkühlpizza und Fertignudelgerichten vorzubeugen.

Zwei Familien gaben an, ihren Fleisch- beziehungsweise Fischkonsum gesenkt zu haben. Wenn eines dieser Produkte bei ihnen im Kochtopf landet, so passiert das nur nach einer vorangegangenen genauen Prüfung der Produktherkunft.

5.3.10 Bio im Alltag

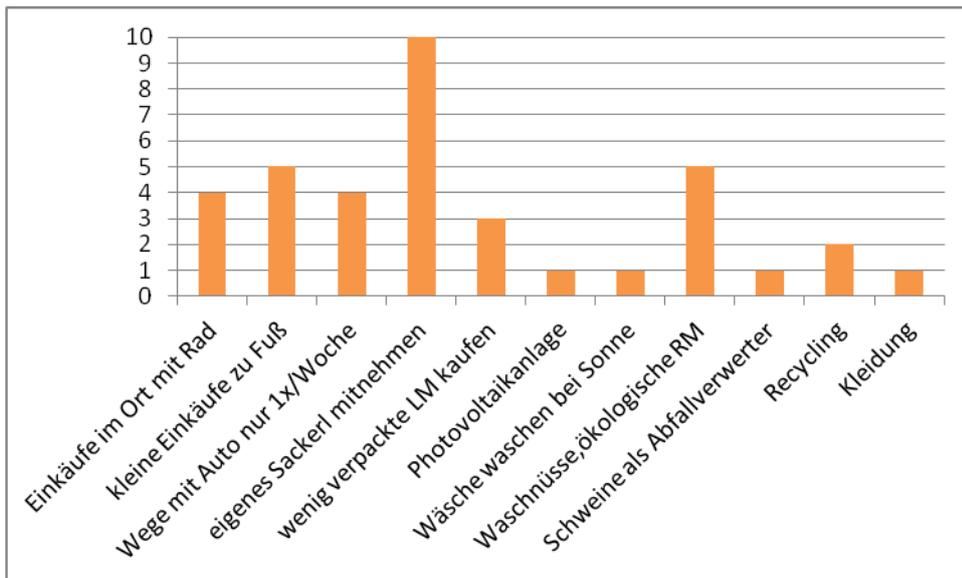


Abb. 28: Nachhaltiges Verhalten im Alltag

Wie man schon an Fülle der genannten Antworten sehen kann, gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten seinen Alltag nachhaltiger zu gestalten. Ein Punkt, der von allen zehn InterviewteilnehmerInnen genannt wurde ist, dass sie ihr eigenes Verpackungsmaterial zum Einkaufen mitnehmen. Manche haben zum Beispiel immer einen Korb dabei, andere ein Stoffsackerl und wieder andere eine Schachtel, in die sie die Einkäufe einräumen. Eine Interviewteilnehmerin gab auch an, dass sie, wenn sie ihr Stoffsackerl oder ihren Korb zu Hause vergessen hat, vor Ort ein Sackerl erwirbt, allerdings achtet sie dabei darauf, dass es aus Papier ist.

Eine weitere Vorgehensweise, die sehr beliebt ist, ist es, Einkäufe innerhalb der Ortschaft mit dem Rad oder zu Fuß zurück zu legen. Auch wenn zum Beispiel der Fleischer in der Nachbarortschaft nicht allzu weit entfernt ist, wird er manchmal mit dem Rad aufgesucht. Hat man nur kleine Wege zurückzulegen oder nur kleine Einkäufe zu erledigen, so passiert dieses auch oft zu Fuß. Es wird auch von einigen darauf geachtet, dass man möglichst weite Strecken, die nur mit dem Auto zurückgelegt werden können, oder große Wocheneinkäufe auf einmal in der Woche reduziert, um somit die Umweltbelastung durch die Autoabgase so weit wie möglich zu reduzieren.

Immerhin 3 der 10 InterviewteilnehmerInnen gaben an, dass sie beim Einkaufen darauf achten, nur möglichst gering verpackte Lebensmittel zu kaufen. So nehmen sie zum Beispiel selbst Dosen mit, in die sie dann direkt vor Ort die Wurst verpacken können. Auch beim Kauf von Obst und Gemüse wird oft auf das angebotenen Plastiksackerl verzichtet. Eine Biobäuerin gab an, dass sie die Ware lieber direkt auf das Förderband legt, denn zu Hause, vor dem Verarbeiten beziehungsweise dem Verzehr, wird das Obst und Gemüse ja so und so noch einmal gewaschen.

Während es bei diesen Punkten noch um Nachhaltigkeit im Einkaufsverhalten ging, gibt es aber auch noch ganz andere Nachhaltigkeitsstrategien. Ein häufig genannter Aspekt ist die Verwendung von Waschnüssen zum Wäsche waschen oder der Kauf von nachhaltigen und ökologischen Reinigungsmitteln. Eine Biobäuerin gab auch an, bevorzugt dann Wäsche zu waschen, wenn die Sonne scheint. Diese Biobäuerin gehört auch zu der Familie, die eine Photovoltaik-Anlage besitzt. Eine andere Familie gab an, vermehrt darauf zu achten, das Wegwerfen von Lebensmitteln zu reduzieren. Altes Brot oder Semmeln landen nicht im Müll, sondern sie werden entweder zu Bröseln verarbeitet, oder sie werden den Schweinderln zum Fressen gegeben. Auch aufs Recycling achten manche Familien sehr

genau. Hierbei geht es aber nicht nur um eine sorgfältige Mülltrennung. Eine Familie erklärte in den Interviews, dass sie zum Beispiel Papier, das nicht vollständig beschrieben ist oder nur auf einer Seite verwendet wurde, zum Einkaufszettel umfunktioniert wird. Diese Familie achtet auch bei der Kleidung zum Teil darauf Produkte in Bioqualität zu erwerben. Zwar sagten sie aus, dass es für die Kinder schwierig beziehungsweise oft auch zu teuer sei, da diese schnell wachsen und bald schon wieder etwas Neues bräuchten, allerdings für sie selbst sei es ihnen schon wichtig darauf zu achten. Sie selbst gönnen sich öfter einmal ein etwas teureres Kleidungsstück in Bioqualität. Zuletzt gab auch eine Biobäuerin noch an, Homöopathie im Krankheitsfall einzusetzen.

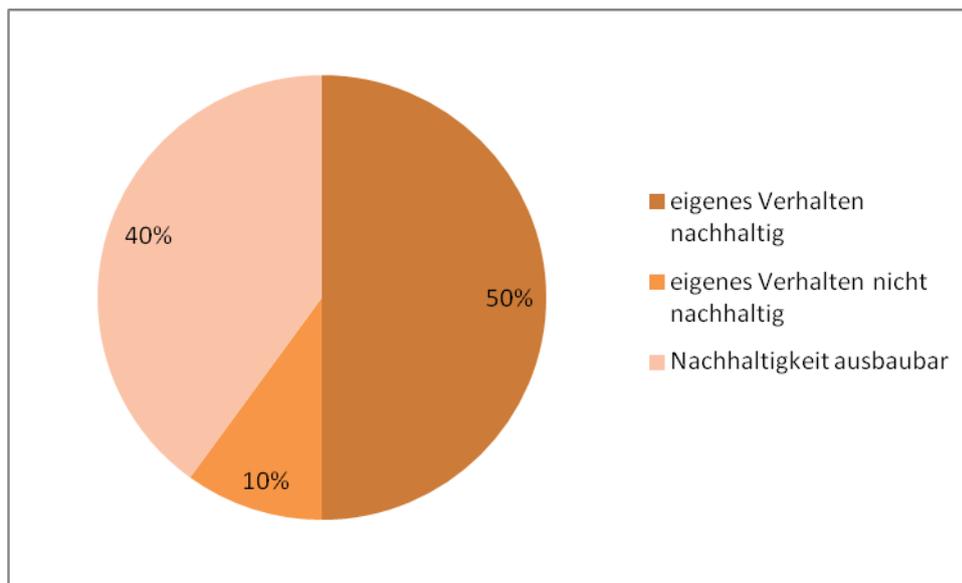


Abb.29 : Selbsteinschätzung der Nachhaltigkeit des eigenen Verhaltens

All diese Verhaltensweisen tragen dazu bei, den Alltag in den Familien der BiobäuerInnen nachhaltiger zu gestalten, dies ist 4 von 10 TeilnehmerInnen besonders wichtig, da sie selbst sagen, dass sie durch die Ausübung ihres Berufs eine Vorreiterrolle hätten. Wenn sie schon nicht besonderen Wert auf einen nachhaltigen Umgang mit der Umwelt und auf eine nachhaltige Handlungsweise legen, wer sollte es dann tun. Auf die Frage, ob sie selbst ihr Verhalten als nachhaltig einschätzen würden beziehungsweise es als solches empfinden, antworteten immerhin die Hälfte der Biobäuerinnen und Biobauern mit Ja. Eine Biobäuerin gab zu, dass sie selbst nicht so nachhaltig leben wie sie wirtschaften und vier gaben an, dass es durchaus noch Ausbaumöglichkeiten gäbe. Diese lägen zum Beispiel darin, den Fleischkonsum zu reduzieren und vermehrt auf den Einkauf von Bioprodukten zu achten. Auch beim Kauf von wenig oder nachhaltig verpackten Lebensmitteln gibt es noch Aufholbedarf, wobei hier auch oftmals der Handel gefragt ist.

5.3.11 Sonstige im Laufe der Interviews aufgetretene Themen im Zusammenhang mit dem Konsum von Bioprodukten

Ein Thema, das häufiger in den Interviews angesprochen wurde ist, dass die InterviewteilnehmerInnen auch deswegen auf konventionelle inländische Produkte zurückgreifen, weil sie den Biorichtlinien aus anderen Ländern nicht vertrauen. Sie kaufen lieber einen konventionellen Paradeiser aus Österreich als einen biologischen aus Italien. Interessant ist, dass dieser Punkt häufig von den männlichen Interviewteilnehmern angesprochen wurde.

Auch die Thematik „biologische Wirtschaftsweise nur fürs Geld“ wurde von einem Biobauern angesprochen. Es ging dabei allerdings nicht um ihn selbst. Er meinte zu dem Thema nur, dass es für ihn in

Ordnung sei, wenn eine Biobäuerin oder ein Biobauer nur dann biologisch wirtschaftete, wenn sie/er sich daraus einen finanziellen Vorteil erhofft. Es sei für ihn so lange in Ordnung, wie die Biobäuerin/der Biobauer alle Auflagen erfüllt und somit der Natur trotzdem etwas Gutes tue. Ob ein nachhaltiges Verhalten im Alltag auch wichtig sei, wurde dabei allerdings nicht näher erläutert.

Wieder in einem anderen Interview wurde auf die CO₂-Bilanz näher eingegangen. Der Biobauer, der dieses Thema erwähnte, sagte aus, dass er durch seine Wirtschaftsweise und seinen Besitz an Acker- und Grünlandflächen so ein großes Plus auf seinem CO₂-Konto habe, dass es weniger ausmache, wenn er in den restlichen Bereichen des Lebens nicht so viel Wert auf eine nachhaltige Lebensweise lege. Er kompensiert somit durch seine Arbeit die „Fehler“ oder „Nachlässigkeit“ aus anderen Lebensbereichen.

6 Diskussion

Im Kapitel Diskussion wird nun versucht, die zuvor detailliert dargestellten Ergebnisse und Inhalte aus den Interviews kritisch zu betrachten und zu hinterfragen. Des Weiteren wird dann auch versucht, die Ergebnisse mit den drei für diese Arbeit herangezogenen Theorieansätzen in Zusammenhang zu bringen und diese daran zu prüfen.

6.1 Die Verwendung von Biolebensmitteln

Im Bereich des Konsums von Biolebensmitteln in Biobauernfamilien zeigt sich recht deutlich, dass es große Unterschiede zwischen den einzelnen Familien gibt. Während manche InterviewteilnehmerInnen angegeben haben wirklich so weit wie (für sie) möglich auf den Konsum von Bioprodukten zu achten, sagten Andere aus, dass sie zwar auch zeitweise auf Biolebensmittel achten würden, Bioqualität aber nicht das Hauptauswahlkriterium bei Lebensmitteln sei.

Dies kann vielerlei Gründe haben. Einige dieser Gründe wie zum Beispiel das Bekannte zu kaufen und auch das, was einem schmeckt, wurden auch in den Interviews genannt. Allerdings vermute ich, dass auch noch andere Gründe dahinter stecken, die aber nicht genannt wurden, weil sie den InterviewteilnehmerInnen unangenehm waren. Zu diesen Gründen zählt zum Beispiel der Preis. Niemand gab dies zwar offen zu, allerdings sind bei manchen Produkten oft sehr große Preisunterschiede zwischen konventionell und bio festzustellen, dass ich mir sehr wohl vorstellen kann, dass dies für viele noch ein Hinderungsgrund ist. Ich denke auch, dass es für manche zeitweise zu aufwendig ist, sich genauer mit den Produkten auseinander zu setzen. Oftmals ist es nicht leicht, die Herkunft des Produkts oder der Produktinhaltsstoffe auf der Verpackung zu identifizieren. Auch Produkte die vortäuschen nachhaltiger oder biologischer als konventionelle Produkte zu sein führen zu einer Verunsicherung. Wenn man einmal ein Produkt gekauft hat, von dem man dachte, dass es „besser“ im Sinne der Umweltverträglichkeit sei, dies sich dann aber als Irrtum herausstellt, so ist man in Zukunft sicher vorsichtiger beziehungsweise skeptischer und verzichtet von vornherein darauf. Ich möchte Menschen die so handeln aber keinesfalls Bequemlichkeit oder fehlendes Interesse unterstellen. Vielmehr denke beziehungsweise weiß ich aus eigener Erfahrung, dass es oftmals sehr aufwendig ist, sich mit all diesen Fragen zu beschäftigen. Man muss mehr Zeit damit aufwenden, Produktinformationen genau durchzulesen oder vielleicht auch im Vorfeld im Internet ein wenig recherchieren oder in Zeitungen auf Artikel zu diesem Thema achten, um sich ein breites Wissen über Lebensmittel und Ernährung im Allgemeinen anzueignen. Das erfordert allerdings sehr viel Zeit und über die verfügt nicht jeder. Der immer stressiger werdende Berufsalltag oder das Vorhandensein von Kindern kann ein wesentlicher Hemmfaktor sein. So ist es auch wenig verwunderlich, dass in den Interviews nur von zwei Teilnehmerinnen angesprochen wurde, sich bewusst auf das Einkaufen zu konzentrieren und sich dafür ausreichend Zeit zu nehmen.

6.2 Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln

So unterschiedlich wie die InterviewteilnehmerInnen waren so unterschiedlich sind auch ihre Gründe für den Kauf von Bioprodukten. Interessant ist, dass nur in einem Interview gesagt wurde, dass es besser schmeckt. Der Gesundheitsaspekt, der oftmals in der Werbung oder bei der Recherche über Bioprodukte im Vordergrund steht, wurde, wenn überhaupt, nur sehr kritisch angesprochen. Dies zeigt ganz deutlich, dass es den BiobäuerInnen in erster Linie nicht um die eigene Gesundheit geht beziehungsweise dass sie auch selbst dazu bereit sind ihre eigene Wirtschaftsweise kritisch zu betrachten und ihre Produkte nicht als Wunder(heil)mittel sehen. Wie sich auch schon bei der Darstellung unterschiedlicher Meinungen zum Thema Qualitätsvorteile biologischer Lebensmittel zeigte, sind die Meinungen darüber, ob Bioprodukte tatsächlich wertvoller für die eigene Gesundheit sind,

sehr unterschiedlich. Im Großen und Ganzen geht es bei allen Beiträgen zu diesem Thema aber auch immer um den geringeren Pestizideinsatz und auch den schonenderen Umgang mit der Natur.

Das Thema, das sehr oft angesprochen wurde, nämlich, dass es in erster Linie um die Gesundheit der Umwelt ginge und der Hauptaspekt wäre, die Erde im gesamten wieder gesünder zu machen, zeigt sehr deutlich, dass viele der Biobäuerinnen und Biobauern ihren Beruf aus Überzeugung machen. Sie wissen sehr wohl, was sie mit ihrer Arbeit bewirken können und möchten das auch nach außen transportieren. So scheint es auch am wenigsten verwunderlich, dass besonders die beiden InterviewteilnehmerInnen, denen dieses Thema sehr am Herzen lag auch außerhalb ihres Berufes tätig sind um andere über ihre Arbeit und das Thema „Bio“ zu informieren. Besonders spannend fand ich hier die Aufgabe von Frau Wiesinger als „Info-Biobäuerin“, da mir gar nicht so bewusst war, dass es so etwas überhaupt gibt. Sie erzählte mir in unserem Interview was genau sie als Info-Biobäuerin macht und sie vermittelte auch den Eindruck, dass ihre Arbeit etwas bewirkt. Vor allem bei den Kindern, die sie häufig im Kindergarten oder in der Schule besucht, da diese oft gar nicht wissen, wie zum Beispiel ein Brot entsteht oder das zum Beispiel auch das Schnitzel, wie sie mir erzählte, Boden braucht. Denn ohne Boden gibt es kein Futter und ohne Futter kein Schnitzel.

6.3 Regionalität und Saisonalität

Ein weiterer Punkt, den ich in die Diskussion aufnehmen ist die Bedeutung von Saisonalität und Regionalität. Für viele der InterviewteilnehmerInnen waren diese beiden Aspekte wesentlich wichtiger als Bioqualität. Ist eine Kombination aus allem, also aus bio, regional und saisonal möglich so ist dies der Idealfall. Gibt es aber zum Beispiel ein bestimmtes Produkt in Bioqualität nur aus dem Ausland, so war für beinahe alle klar, dass sie zu dem heimischen Produkt greifen. Diesen Punkt aus Sicht der Nachhaltigkeit zu betrachten ist spannend. Zwar geht es beim nachhaltigen Ernährungs- und Konsumverhalten darum, biologisch erzeugte Produkte zu konsumieren, jedoch spielen auch die Faktoren Saisonalität und Regionalität eine wichtige Rolle. Kurze Transportwege von konventionellen Produkten sind zum Beispiel wesentlich nachhaltiger als lange Transportwege für biologische. Die nachhaltige Wirkung der biologischen Herstellung des Produkts wird durch den umweltbelastenden weiten Transport gemindert. Auch wenn es sich nicht um Produkte handelt, die aus dem Ausland kommen, zeigt sich, dass die Biobäuerinnen und Biobauern oft zugunsten von konventionellen regionalen Produkten auf Bioprodukte aus der Heimat verzichten. Häufig genannte Beispiele waren hier Fleisch und Brot. Hier spielt aber zum Teil auch sicherlich der Hintergrund eine Rolle, dass in den untersuchten Gebieten oftmals Biofleisch und Biobäcker Mangelware sind. Zwar gäbe es das ein oder andere Geschäft in der Umgebung, allerdings ist dieses dann nur für wenige Menschen optimal gelegen um deren Vorstellungen eines nachhaltigen Einkaufs zu gewährleisten.

Aus diesem Grund kann man nicht automatisch sagen, dass das Verhalten dieser Menschen nur deswegen nicht nachhaltig ist, weil sie lieber konventionelle anstatt biologischer Produkte kaufen. Oftmals würde man gerne biologische Lebensmittel beziehen und es wäre auch die Bereitschaft da, Mehraufwand dafür zu betreiben, allerdings lassen andere nachhaltige Überlegungen dann den Einkauf von bestimmten Produktgruppen wie eben zum Beispiel Fleisch nicht zu. Von dem her, wäre ein Weg zu noch mehr Nachhaltigkeit das Angebot von Biobauern in der Ortschaft zu erhöhen. Denn wenn ich meine nähere Umgebung betrachte, dann fallen mir nicht viele Bauern in meiner Nachbarschaft ein, die biologisch wirtschaften und wo ich die Möglichkeit hätte, biologische Nahrungsmittel zu erwerben und so geht es nicht nur mir. Aus diesem Grund kommt man auch oftmals in einen Interessenskonflikt. Einerseits will man seine Kollegen unterstützen und Produkte Ab-Hof, direkt von ihnen beziehen, andererseits möchte man aber auch die Gedanken und Ideen aus der eigenen Wirtschaftsweise in anderen Bereichen anwenden und biologische Lebensmittel konsumieren. Und hier wird es dann oft schwierig beidem gerecht zu werden

Dieser Umstand beschreibt in gewisser Weise den Begriff der „Motivallianz“ aus dem *Kapitel 2.2.1 Klufthypothese*. Man wäre zwar einerseits dazu bereit Bioprodukte zu kaufen, allerdings verzichtet man aus Gründen der Regionalität und der Saisonalität darauf. Man verzichtet aus gewissen Gründen der Nachhaltigkeit auf andere Aspekte aus diesem Bereich um das Gesamtkonzept der Nachhaltigkeit nicht zu gefährden.

6.4 Ernährungsaufgabe

Im Bereich der Ernährungsverantwortung zeigt sich noch immer eine klassische Rollenverteilung. In allen Haushalten kümmert sich eine Frau darum was gegessen wird und was eingekauft wird. Zwar ist es nicht in allen Familien so, dass auch die Frau selbst einkauft, aber sie bestimmt zumindest durch das Schreiben eines Einkaufszettels was gekauft wird. Wenn man jetzt genauer überlegt, warum das der Fall ist, so zeigt sich doch, dass es in den meisten Familien so gehandhabt wird, dass der Mann hauptberuflich am Hof arbeitet. Die Frau hilft nur in den wenigsten Fällen beziehungsweise nur zeitweise in der Wirtschaft mit. Viele haben entweder einen Teilzeitjob nebenbei oder sind Hausfrau. Aber auch wenn die Frau Teilzeit nebenbei arbeitet, ist es meist auch sie, die in ihrer Freizeit den Haushalt führt und sich um das Haus und die Kinder kümmert. Vor allem in der Hauptsaison ist dies verstärkt der Fall, da der Bauer sehr viel mit dem Anbau, der Pflege und dem Beernten der Felder zu tun hat. Während der arbeitsreichen Zeit ist es auch oftmals der Fall, dass der Bauer in der Früh aufs Feld fährt und erst spät am Abend, wenn die Dunkelheit das Arbeiten erschwert oder verhindert, wieder nach Hause kommt. In dieser Zeit bleibt den Bauern nur sehr wenig Zeit für Haushalt und Familie.

Dies wurde auch in den Interviews von Zeit zu Zeit angesprochen. Von daher ist es weniger verwunderlich, dass man im Bereich der Landwirtschaft, vor allem dann, wenn der Biobauer alleine am Hof tätig ist, noch immer die alte Rollenverteilung vorfindet und die Frau die Ernährungsaufgabe alleine übernimmt. Wie genau die Rollenverteilung zum Beispiel im Winter, wenn weniger am Hof zu machen ist, aussieht, wurde leider von keinem der InterviewteilnehmerInnen genauer beschrieben. Allerdings kann ich mir vorstellen, dass es da ähnlich abläuft wie im restlichen Jahr, es sei denn, es wäre ein koch- und haushaltsinteressierter Herr unter den Interviewteilnehmern. Es wäre nur möglich, dass die Biobauern unterstützend mitwirken und Aufgaben im Haushalt übernehmen oder zum Beispiel vermehrt den Einkauf erledigen, allerdings hat auch die Literaturrecherche gezeigt, dass generell, nicht nur bei meinen InterviewteilnehmerInnen, die alte Rollenverteilung von früher noch das Hauptfamilienschema ist.

Wenn man im Zusammenhang mit der Ernährungsaufgabe den Begriff der Ernährungskompetenz näher betrachtet, so zeigt sich hier eine starke Übereinstimmung. Meist besitzt die Frau in der Familie das meiste Wissen über Ernährung und es liegt somit auch an ihr, dieses im Ernährungsalltag umzusetzen. Nur in den wenigsten Familien wird das weibliche Familienoberhaupt bei der Wahl von Ernährungsentscheidungen von ihren Kindern oder gar vom Ehemann unterstützt. Oftmals ist es auch so, dass die Kinder sich neben den Essenswünschen nicht weiter in die Entscheidungen des Ernährungsalltages einbinden und somit wird auch eine Weitergabe der Ernährungskompetenz innerhalb der Familie behindert. Sollte es dennoch zu einem vermehrten Interesse von Seiten der Kinder zu Ernährungsfragen kommen, so findet meist nur eine geschlechterspezifische Weitergabe von Ernährungskompetenz statt. Auch die früher übliche Geschlechtertrennung und die Weitergabe von Kochfertigkeiten von Müttern an ihre Töchter verhindert eine Erweiterung der Ernährungskompetenz bei den männlichen Interviewteilnehmern. Das zeigt sich auch darin, dass ein paar der Interviewteilnehmer auch heute noch im Erwachsenenalter regelmäßig die Küche der eigenen Mutter zur Nahrungsaufnahme aufsuchen.

Allerdings gibt es im Berufsstand der BiobäuerInnen auch einige Möglichkeiten um die Fertigkeiten der Ernährungskompetenz zu wahren beziehungsweise über mehrere Generationen hin aufrecht zu

erhalten. So gelten BäuerInnen häufig bevorzugt als BewahrerInnen alter Traditionen. Zwar bezieht sich das jetzt nicht nur auf den Bereich Ernährung, allerdings sagt man BäuerInnen oft nach besonders gut und traditionell kochen zu können. Auch der Punkt, dass in einigen Familien der InterviewteilnehmerInnen 3 Hauptmahlzeiten am „Ernährungs-Tagesplan“ stehen und gemeinsames Essen einen besonderen Stellenwert hat, ist förderlich für die Weiterentwicklung und Erhaltung der Ernährungskompetenz.

6.5 Bevorzugung bestimmter Produktgruppen in Bioqualität

Interessant wurde es bei der Frage, ob die Familien bestimmte Produktgruppen in Bioqualität bevorzugen. Wie zu erwarten war, sind die Hauptprodukte Obst und Gemüse. Diese beiden Produktgruppen sind oft besonders einfach in Bioqualität zu bekommen, da viele beziehungsweise beinahe alle der InterviewteilnehmerInnen selbst einen kleinen Gemüsegarten haben und auch den ein oder anderen Obstbaum im Garten stehen haben. Auch im Supermarkt ist es mittlerweile relativ leicht zu den konventionellen Obst- und Gemüseprodukten biologische Pendanten zu bekommen. Auch eine andere Produktgruppe, die häufiger genannt wurde, nämlich die Milchprodukte, sind im Vergleich zu zum Beispiel Fleisch relativ leicht in Bioqualität zu erwerben.

Dies legt den Verdacht nahe, dass oftmals die Produkte in Bioqualität gekauft werden, die keinen großen Aufwand erfordern, da man ja selbst auch BiobäuerIn ist und es seltsam wäre, gänzlich auf bio zu verzichten. Wenn allerdings ein größerer Aufwand erforderlich wäre, beginnt man abzuwägen. „Ist mir bio jetzt wirklich wert, dass ich extra noch wo anders hin fahre?“, „Ist bio es mir Wert, dass ich dafür einen weiteren Umweg mache?“ und solche Fragen. Bei der Beantwortung spielen dann Dinge eine Rolle wie zum Beispiel die verfügbare Zeit, die Überzeugung die in der Wirtschaftsweise steckt und nachhaltige Gedanken, die zum Beispiel einen weiten Extra-Weg mit zusätzlichem Schadstoffausstoß als nicht sinnvoll erachten lassen. So ist es auch nicht weiter verwunderlich, dass manche Biobäuerinnen und Biobauern angegeben haben, jene Produkte in Bioqualität zu besorgen, welche leicht möglich sind.

Nicht alle sind bereit für eine Überzeugung Mehraufwand zu betreiben. Zwar möchte ich damit niemanden unterstellen, dass die Wirtschaftsweise nur Mittel zum Zweck ist, allerdings gab es hier schon große Unterschiede in den Interviews und man erkannte, wer bereit dazu ist, mehr für bio zu tun als andere. Aber wie es auch schon ein Interviewteilnehmer in den Interviews so schön sagte, bio nur fürs Geld, richtig eingesetzt und angewendet, hilft auch der Umwelt. Und wenn man dann bei der Lebensmittelauswahl andere Kriterien wie Regionalität und Saisonalität eine wichtige Rolle zuweist, ist dies im Sinne der Nachhaltigkeit ja auch nicht ganz falsch.

6.6 Bezugsquelle von Lebensmitteln

Wenn es während der Interviews um die Frage ging, woher die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihre Lebensmittel beziehen, schien es des Öfteren so, dass es ihnen unangenehm war zuzugeben, dass die Hauptbezugsquelle der Supermarkt ist. Warum dies der Fall ist, kann ich nur vermuten. Ich nehme an, dass die meisten BäuerInnen annehmen, dass die Bevölkerung von ihnen glaubt beziehungsweise erwartet, dass sie selbst bevorzugt bei BäuerInnen oder am Markt einkaufen, da sie ja selbst auch aus diesem Berufsstand kommen und ihre Kolleginnen und Kollegen unterstützen wollen. Hier kommt ganz stark, die auch häufiger in den Interviews angesprochene Vorreiterrolle der Biobäuerinnen und Biobauern zu tragen.

Allerdings, wie auch schon weiter oben erwähnt, ist es oft sehr schwierig, alle Produkte des täglichen Bedarfs bei der BäuerIn aus der Nähe zu bekommen. Mittlerweile haben sich die BäuerInnen meist auf ein einzelnes oder wenige Produkte spezialisiert und man müsste zu fünf verschiedenen Höfen fahren um alle Produkte die man benötigt, wie Erdäpfel, Eier, Fleisch, Brot, Milch und dergleichen

zusammen zu bekommen. Wenn die Höfe dann auch noch weit voneinander entfernt liegen, dann nimmt das sehr viel Zeit in Anspruch und auch die eigens dafür verfahrenen Autokilometer erscheinen nicht mehr nachhaltig. Aus diesem Grund ist der Supermarkt die einfachste und schnellste Lösung um die Lebensmittel des täglichen Bedarfs zu kaufen. Auf Märkten würde man die ganzen landwirtschaftlichen Produkte zwar gebündelt vorfinden, allerdings werden in unserer Umgebung nicht sehr viele dieser Märkte abgehalten.

Die einzige Möglichkeit, die dann noch bleibt, um den Supermarkt zu vermeiden sind Biogreißler. Diese sind zumindest in geringer Anzahl vorhanden und bieten auch ein breites Sortiment an Produkten von BäuerInnen aus der Umgebung an. Allerdings bleibt der Supermarkt der Ort an dem man sich sicher sein kann alles zu bekommen und das ist gerade dann ein wichtiger Faktor, wenn der Einkauf schnell gehen muss und man nur wenig Zeit, zum Beispiel auf dem Heimweg von der Arbeit oder vom Liefern hat. Die Biogreißler wurden zwar auch hin und wieder genannt, allerdings eher im Zusammenhang mit dem „Tauschhandel“, also wenn man den Biogreißler selbst beliefert, nimmt man gleich ein paar Dinge mit, die man in nächster Zeit brauchen könnte. Die wenigsten gaben an, wirklich aktiv den Biogreißler als Einkaufsstätte aufzusuchen.

Bei der Auswahl der Einkaufsstätte war eher die Nähe zum Wohnhaus ausschlaggebend. Auch hier zeigt sich wieder, dass immer weniger Zeit damit verbracht wird, sich ausgiebig und in aller Ruhe mit dem Thema Ernährung und Lebensmittel auseinander zu setzen. Andere Bereiche im Leben nehmen mittlerweile so viel Zeit in Anspruch, dass man zum Beispiel im Bereich Ernährung Abstriche machen muss. Dies wurde auch immer wieder in Artikeln beschrieben, die zur Literaturrecherche herangezogen wurden. Auch in der Einteilung nach Lebens- und Ernährungsstilen wurde diese Problematik immer wieder aufgegriffen.

Allerdings gibt es aber trotzdem noch einige BiobäuerInnen, die sich bewusst Zeit für den Einkauf nehmen und auch bereit sind, mehr Zeit dafür zu investieren. Allerdings zeigt sich hier, dass dies vor allem in den Familien der Fall ist, wo die Kinder bereits ausgezogen sind oder in der es noch keine Kinder gibt. Das lässt auch die Vermutung zu, dass es durch Kinder sehr wohl eine starke Veränderung im Ernährungsalltag gibt. Diese liegt jetzt aber nicht nur darin, dass man vermehrt zu Bioprodukten oder möglichst wenig verarbeiteten Produkten greift, sondern vor allem auch darin, dass Kinder das Zeitbudget sehr stark beanspruchen und Ernährungsentscheidungen viel schneller fallen müssen oder auch oftmals von Kindern getroffen werden. Häufig kam zur Sprache, dass Kinder bestimmte Produkte und Marken fordern und ähnliche No-Name-Produkte ablehnen. Oftmals ist es auch schwierig, vor allem zum Beispiel Süßigkeiten in Bioqualität zu kaufen. Außerdem werden Kinder durch Werbung und auch durch FreundInnen und MitschülerInnen oft sehr stark beeinflusst und man hat es als Eltern sehr schwierig, seine Ernährungsgrundsätze umzusetzen beziehungsweise durchzusetzen.

Frau Hofbauer erklärte mir in diesem Zusammenhang zum Beispiel, dass es mittlerweile, seit ihr Sohn ausgezogen ist, viel einfacher für sie ist, Bioprodukte in den Alltag zu integrieren. Zwar tat sie das zuvor auch schon, allerdings gab es immer wieder Produkte, die ihr Sohn bevorzugte, die nicht so ganz ihren Vorstellungen von einer nachhaltigen und biologischen Ernährung entsprachen. Seit der Sohn ausgezogen ist, fallen all diese Produkte weg und sie sagt selbst, dass ihr Ernährungs- und Konsumverhalten seit diesem Zeitpunkt noch ein Stück nachhaltiger geworden ist.

Generell nehme ich an, dass es mit kleinen Kindern einfacher ist, seine eigenen Ernährungsvorstellungen umzusetzen, da sie selbst noch nicht über eigenes Geld und über die Möglichkeiten verfügen, Lebensmittel zu erwerben. Allerdings denke ich auch, dass man, wenn man Kinder von vornherein in die Ernährungsverantwortung mit einbindet und ihnen auch erklärt warum man das so macht und warum es einem so wichtig ist, biologisch und nachhaltig produzierte Lebensmittel zu erwerben, dies auch einen Einfluss auf das Einkaufs- und Konsumverhalten der Kinder hat.

6.7 Einkaufsverhalten

Ein Punkt der mir besonders ins Auge gesprungen ist, ist der, dass eigentlich nur sehr wenige der InterviewteilnehmerInnen AktionskäuferInnen sind. Oftmals, wenn das Thema zur Sprache kam, wurde sehr kritisch hinterfragt, wie das möglich ist, dass man zum Beispiel Fleisch, das normalerweise zwischen 7 und 10€ kostet, im Aktionszeitraum auf einmal um 3 bis 5€ bekommt. Dies machte viele nachdenklich und wirkt als Hemmfaktor.

Es wird eher das gekauft, was gerade benötigt wird und nicht das, was die Werbung einem gerade vorschreibt. Ich hatte den Eindruck, dass die Biobäuerinnen und Biobauern ein sehr gutes Gefühl dafür haben, was ein Produkt wirklich an Arbeit und Aufwand bedeutet und dafür sind sie auch gerne bereit „tiefer in die Tasche zu greifen“. Lock- und Aktionsangebote erscheinen ihnen „faul“ und werden abgelehnt, weil die Vermutung nahe liegt, dass diese unter wenig nachhaltigen Bedingungen hergestellt wurden. Sie sind dann eher bereit dazu mehr zu bezahlen, dafür aber nur kleinere Mengen zu kaufen. Deshalb wurde auch verneint, als es darum ging, ob sie für den „Bio-Einkauf“ mehr Geld benötigen als für den „Konventionellen-Einkauf“.

Interessant ist, dass vor allem Männer Lustkäufer sind. Sie gehen durch das Geschäft und kaufen das ein, wonach ihnen gerade „der Sinn steht“. Warum das so ist, kann ich nur vermuten. Allerdings nehme ich an, dass Männer eher dazu neigen sich zu spontanen Einkäufen verleiten zu lassen, da sie wesentlich seltener ein Geschäft betreten als ihre Frauen (zumindest war das bei meinen zehn InterviewteilnehmerInnen so). Deshalb vermute ich, dass Einkäufen für sie ein besonderes Ereignis ist und man eher bereit ist, sich etwas zu gönnen und zu den Produkten greift, auf die man im Moment gerade Lust verspürt und die man im Moment gerade meint zu brauchen. Ob das dann wirklich der Fall ist, scheint bei der Kaufentscheidung nebensächlich. Oft ist es auch der Fall, wenn man im Regal etwas entdeckt, was man schon längere Zeit nicht mehr gegessen oder getrunken hat.

6.8 Kochverhalten

Im Bezug auf das Kochverhalten wurde häufig das „3 Hauptmahlzeiten-Modell“ erwähnt, wobei dieses oft, je nach Situation angepasst und abgewandelt wird. Allerdings war es in allen Fällen so, dass versucht wird, zumindest einmal am Tag alle beisammen am Tisch zu haben. Aus eigener Erfahrung weiß ich, dass es als Bauernfamilie leichter ist, drei Hauptmahlzeiten mit der Familie einzuplanen, als wie wenn zum Beispiel jeder einem anderen Beruf in unterschiedlichen Büros und Arbeitsstätten nachgeht. Da der Hof der Ausgangs- und Koordinationspunkt der Arbeiten ist, kann man es sich relativ leicht einrichten, jeden Mittag zu Hause zu sein und somit ein gemeinsames Mittagessen einzunehmen. Wenn die Kinder schon im schulpflichtigen Alter sind und bis nachmittags Schule haben oder eine Arbeit am Feld mehr Zeitaufwand erfordert, findet das gemeinsame Essen meist abends statt.

In diesem Zusammenhang wirkt das Essverhalten in Bauernfamilien noch sehr traditionell. Wenn man allerdings das Kochverhalten am Wochenende betrachtet, wo es früher Gang und Gebe war, am Sonntag einen „Sonntagsbraten“ auf den Tisch zu stellen, so ist das Verhalten in dieser Hinsicht nicht mehr ganz so traditionell. Zwar wird in wenigen Familien am Wochenende noch aufwendiger und fleischlastiger gekocht als unter der Woche, allerdings ist dies nicht mehr die Regel. Was allerdings auch wieder traditioneller ist, ist der Umstand, dass versucht wird, vieles selbst herzustellen und auf Fertigprodukte so weit wie möglich zu verzichten. Auch das Einkochen von Obst und Gemüse wird von vielen als typisch bäuerlich empfunden.

6.9 Bio im Alltag

Interessant war die breite Fülle an Antworten, was die einzelnen Biobäuerinnen und Biobauern im Alltag an nachhaltigen Ideen umsetzen. Weniger überrascht hat mich hierbei, dass eigentlich alle auf eine eigene Tasche oder einen Korb zum Heimtransport der Lebensmittel achten. Dies findet man heutzutage schon häufig vor, nicht nur in Bauernfamilien.

Interessanter fand ich da doch, dass einige versuchen ihren Großeinkauf, bei dem das Auto benötigt wird, auf einmal die Woche zu reduzieren. Dies erfordert einen großen Planungs- und Logistikaufwand, da man sich die Zeit nehmen muss um zu überlegen, was möchte ich die nächste Woche über kochen und was brauche ich dafür. Auch die Reihenfolge der Lebensmittel muss dafür genau durchdacht werden, da manche Produkte schneller verderblich sind als andere. Im Sommer fällt hier vor allem das Kochen mit frischem Gemüse leichter, da die meisten Vieles davon im eigenen Garten selbst anbauen. Im Winter muss man entweder auf Gemüse zurückgreifen, das länger lagerfähig ist, darauf verzichten oder man erhöht die Anzahl der Einkäufe, wenn man auf frisches Gemüse wert legt. Allerdings ist es viele durchaus bewusst, dass die Ernährung im Winter einfacher und „langweiliger“ ausfällt, als im Sommer, wie das auch Herr G. am Anfang seines Interviews sehr schön beschrieben hat. Hier spielt auch die Saisonalität wieder eine große Rolle.

Bei nachhaltigen Putzmitteln waren viele ein wenig skeptisch. Manche gaben an, gewisse Produkte wie zum Beispiel Waschnüsse bereits probiert zu haben, allerdings werden sie nur von den wenigsten regelmäßig benutzt. Auch im Bereich Kosmetik, wo es mittlerweile schon eine große Bandbreite an Naturkosmetik oder Kosmetik mit biologischen Inhaltsstoffen gibt, gaben viele an, dass es da bei ihnen noch großen Nachholbedarf gäbe.

Ich vermute, dass viele den Begriff Nachhaltigkeit vor allem mit der Ernährung und der Mobilität in Zusammenhang bringen. Diese beiden Bereiche werden auch schon von vielen nachhaltig gestaltet. In anderen Bereichen allerdings läuft der Prozess der Nachhaltigkeit eher schleppend an. Allerdings hat hier auch wieder die Werbung großen Anteil. Biologische und nachhaltige Produkte, die man regelmäßig in Prospekten oder Fernsehspots sind, sind hauptsächlich aus dem Bereich Ernährung. In letzter Zeit wurden zwar vermehrt Kampagnen gestartet, um zum Beispiel auch nachhaltige Putz- und Reinigungsmittel zu promoten, allerdings geht das in der Fülle an Werbung meist unter. Außerdem ist hier auch oft der Preis ein Hemmfaktor.

Im Bereich der Hygieneartikel gibt es zumeist noch größere Sprünge als im Lebensmittelbereich. So stellte ich zuletzt zum Beispiel beim Kauf von Wattestäbchen einen Preisunterschied von 1,20€ fest. Während die herkömmlich produzierten Wattestäbchen mit sehr viel Plastikanteil nur 0,29€ kosteten, musste man für Wattestäbchen deren Stäbchen und Verpackung aus Papier beziehungsweise Karton waren 1,49€ bezahlen. Auch beim Waschmittel gibt es große Preisunterschiede. Ein Interviewteilnehmer erklärte mir hierzu, dass es bei der Menge an Kleidung und Arbeitsgewand, das durch seine Arbeit anfällt, finanziell nicht möglich sei, das teure, nachhaltige Waschmittel zu benutzen.

Bei der Einschätzung des eigenen Verhaltens im Bezug auf die Nachhaltigkeit war es oft sehr interessant zu beobachten, wie die TeilnehmerInnen reagierten. Während manche schnell reagierten, sagten manche voreilig ja, fragten dann aber nach, was man denn nun genau unter einem nachhaltigen Ernährungs- und Konsumverhalten versteht und mussten dann ihre Aussage zum Teil wieder revidieren.

Allerdings gaben nur die wenigsten zu, dass ihr Verhalten sehr wenig mit Nachhaltigkeit zu tun hat. Hier vermute ich einen Konflikt zwischen der Arbeitseinstellung und der Bereitschaft im Alltag zugunsten der Nachhaltigkeit Abstriche zu machen. Zwar muss man sein Leben nicht dramatisch umkrepeln um es nachhaltiger zu gestalten, allerdings sind wir es mittlerweile oftmals schon so gewöhnt, alles immer und überall zu bekommen, dass es uns schwer fällt, auf gewisse Dinge zu verzich-

ten, wenn man sie vor sich sieht. Auch die Bequemlichkeit spielt hier eine große Rolle. Wege, die eigentlich nicht so weit oder oftmals gar nicht notwendig sind, werden mit dem Auto zurückgelegt, weil es in diesem Moment gerade besser passt.

Oftmals werden Dinge auch gemacht, weil man sich denkt, dieses eine Mal, wird schon keine negativen Auswirkungen haben. Es ist jetzt einmal eine Ausnahme, dass ich die Paradeiser aus Spanien im Winter kaufe, weil ich gerade keine anderen bekomme, sie aber unbedingt brauche, beim nächsten Mal verzichte ich dann wieder oder achte mehr auf die Saisonalität. Außerdem ist auch oftmals noch der Gedanke im Hinterkopf vorhanden, dass man selbst, als einzelner Konsument ohnedies nichts bewirken kann. Wenn aber jeder so denkt, dann wird sich nie etwas ändern. Wenn plötzlich aber auf einmal mehrere Leute im Winter keine Erdbeeren aus Spanien mehr kaufen, dann wird sich irgendwann etwas ändern müssen, denn keine Supermarktkette kann es sich leisten, mehrmals Produkte ungenutzt zu entsorgen ohne dem entgegenzuwirken.

Ein letzter Punkt, der mich selbst ein wenig geschockt hat, ist der, dass man seine positive CO₂-Bilanz als Rechtfertigung dafür nimmt, im Alltag nicht nachhaltig zu agieren. Man zerstört somit durch zum Beispiel vermehrte Wege mit dem Auto, die man ohne weiteres auch mit dem Rad oder zu Fuß zurücklegen könnte, die positive Wirkung des Wirtschaftens auf die Natur. Das biologische Wirtschaften wirkt dabei als Vorwand um seine restlichen „Fehler“ auszugleichen. Einerseits ist es gut, dass wenigstens versucht wird, das fehlende nachhaltige Verhalten wieder gut zu machen, allerdings hat dieses Wirtschaften dann nur einen persönlichen Nutzen. Und auch die Aussage, die damit im Zusammenhang getätigt wurde, dass Stadtmenschen erst einmal einen positiven Beitrag leisten müssten, in dem sie für mehr Grünflächen und dergleichen sorgen sollten, ist schwierig zu bewerten. Natürlich stimmt es, dass sich zum Beispiel die Versiegelung von Flächen und das vermehrte Verkehrsaufkommen negativ auf die Umwelt auswirken, allerdings können sie die Biobäuerinnen und Biobauern in ihrer Arbeit unterstützen, indem sie ihre Produkte kaufen. Dies geschieht aber oft nur mit dem Gewissen, dass sie etwas Gutes für die Umwelt tun und daher werden sie sich eher für einen Betrieb entscheiden, der das aus einer vollkommenen Überzeugung heraus macht und nicht nur zur Rechtfertigung und Abmilderung seines sonstigen Verhaltens.

6.10 Klufthypothese

Wenn man die Annahme aus der Umweltbewusstseins- und Umwelthandlungsforschung, dass vermehrtes Umweltbewusstsein auch zu vermehrtem Umwelthandeln führt, so würde dies für die Biobäuerinnen und Biobauern aus den Interviews bedeuten, dass diese auf Grund ihres hohen Wissens über die biologische Wirtschaftsweise und die Auswirkungen dieser vermehrt darauf bedacht sind, umweltbewusst zu handeln. Nach genauerer Betrachtung und Analyse des Interviewmaterials komme ich aber zu dem Schluss, dass dies nur auf die Hälfte der InterviewteilnehmerInnen zutrifft. Zwar kaufen alle zehn zumindest teilweise Bioprodukte ein und achten auf Saisonalität und Regionalität, jedoch findet man dieses Handeln auch in anderen Berufsgruppen so vor und das alleine führt noch nicht zu umweltgerechtem Handeln. Die fünf Biobauernfamilien, die vermehrt auf ein umweltbewusstes Handeln achten, tun dies nicht nur durch den Kauf von Biolebensmitteln. Sie versuchen auch in anderen Bereichen konsequent auf die Einhaltung nachhaltiger Handlungsweisen Rücksicht zu nehmen.

Ich möchte hier den anderen fünf Familien keineswegs unterstellen, dass sie nie umweltbewusst Handeln, allerdings ist der nachhaltige Gedanke in ihrer Handlungsweise nicht ganz so stark verankert wie im Alltag der anderen fünf Familien. Nennen wir die beiden Gruppen der Einfachheit halber die „Weniger-Nachhaltigen-Familien“ und die „Nachhaltigen-Familien“. Bei den Weniger-Nachhaltigen-Familien werden Biolebensmittel zwar konsumiert, allerdings in einem viel geringeren Ausmaß als bei den Nachhaltigen-Familien. Es schien oftmals so, dass Biolebensmittel eher zufällig im Einkaufswagen landen würden beziehungsweise nur die Produkte, die leicht überall in Bioqualität zu

bekommen sind und wo der Preisunterschied nicht ganz so groß ausfällt. Eine bewusste Entscheidung für Bioprodukte im Sinne des Umwelthandelns konnte ich hier nicht unbedingt feststellen. Zwar wurde auch auf Regionalität und Saisonalität geachtet, was auch in gewisser Weise zur Nachhaltigkeit beiträgt, allerdings gibt es in einigen anderen Bereichen noch Nachholbedarf.

Die Nachhaltigen-Familien drücken ihr Umwelthandeln auch dadurch aus, dass sie zum Beispiel im Bereich der Reinigungs- und Waschmittel vermehrt auf ökologische und nachhaltige Produkte achten. Es wurde auch in diesen fünf Interviews vermehrt darauf hingewiesen, dass sie als Biobäuerinnen und Biobauern ja eine gewisse Art der Vorreiterrolle hätten. Diese fünf Familien sind sich durchaus bewusst, was ihre Wirtschaftsweise bedeutet und was sie dadurch bewirken können und versuchen das auch konsequent im Alltag umzusetzen. Zwar gibt es auch in der ein oder anderen Familie noch Bereiche, die noch nicht ganz so nachhaltig sind, aber die Nachhaltigkeit leitet hier das Leben in einem höheren Ausmaß an, als bei den Weniger-Nachhaltigen-Familien.

Während die Nachhaltigen-Familien bereit sind, weitaus mehr für Umwelthandeln zu tun, lassen sich die Weniger-Nachhaltigen viel leichter abschrecken. Wenn es darum geht einen größeren Aufwand in Kauf zu nehmen, zum Beispiel für den Einkauf mehrere Einkaufsstätten aufzusuchen, wählen die Weniger-Nachhaltigen eher den einfachen Weg und kaufen alle Produkte in einem Supermarkt ein. Wenn es dann gewisse Produkte nicht in Bioqualität oder regional gibt, wird das in Kauf genommen um sich den Zeitaufwand für die zweite Einkaufsstätte (anderer Supermarkt, Biogreißler, Bauernhof,...) zu ersparen.

In den Weniger-Nachhaltigen-Familien ist zwar von Zeit zu Zeit ein umgekehrtes Umwelthandeln zu erkennen. Wenn es nun zum Beispiel nicht mehr nur um die Versorgung von sich selbst geht sondern auch Kinder mit ihm Spiel sind, dann ist man in gewissem Maße schon bereit, aus Grund der Fürsorge für andere umweltbewusster zu handeln. Allerdings besteht auch hier wieder die Gefahr dies nur soweit zu machen, wie es einem leicht fällt. Auch hier wird ein Mehraufwand nicht gerne in Kauf genommen.

Interessant zu beobachten ist allerdings, dass sich die fünf Familien, die ich auch nach der Analyse für am nachhaltigsten und umweltbewusstesten eingestuft hätte, auch selbst in den Interviews als nachhaltig eingeschätzt haben. Die anderen fünf Weniger-Nachhaltigen-Familien sahen selbst, dass es durchaus noch Nachholbedarf gibt.

Wenn man jetzt die Theorie der Klufthypothese noch einmal im Generellen betrachtet, so sehe ich sie zu 50% bestätigt. Dies wird vermutlich auch in anderen Berufsständen so der Fall sein, allerdings ist das Ergebnis ein wenig ernüchternd, wenn man davon ausgeht, dass BiobäuerInnen aus einer Überzeugung heraus wirtschaften. Fraglich ist nur, wie groß die Überzeugung sein kann, wenn das Wissen dann nur in 50% der Fällen auch in anderen Bereichen umgesetzt und angewandt wird.

6.11 Lebensstile

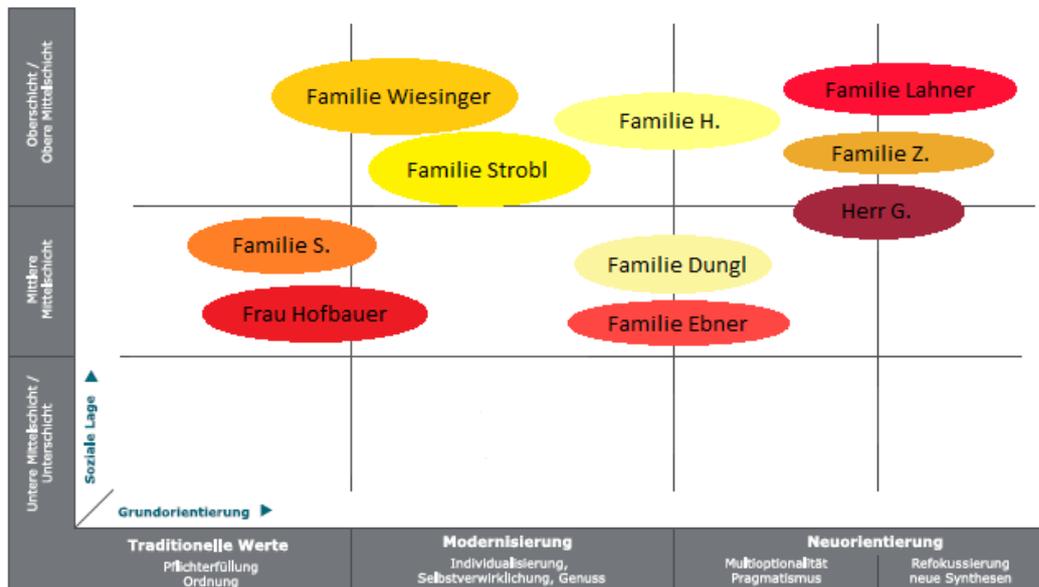


Abb. 30: Zuordnung der InterviewteilnehmerInnen zu den Lebensstilen

Eine Zuordnung zu den einzelnen Lebensstilen war nicht ganz so einfach zu treffen. Die Zuordnung bezog sich auch weniger auf die in den detaillierten Beschreibungen unter *Kapitel 2.2.2.1 Lebensstile nach dem ISOE* und *Kapitel 2.2.2.3 Versuch der Einordnung der ISOE-Lebensstiltypen in die Sinus-Milieus von Österreich* zuvor angeführten Merkmale wie Einkommen und soziale Lage, da dies nicht Gegenstand der Untersuchung war und somit auch nicht näher bekannt ist. Bei der Einteilung wurden eher die Auswahl der Lebensmittel und der Familienstand berücksichtigt, beziehungsweise auch andere Aussagen, die im Zusammenhang mit dem Ernährungs- und Konsumverhalten getätigt wurden und die auch bei der Charakterisierung der einzelnen Lebensstile verwendet wurden.

Bei manchen InterviewteilnehmerInnen war eine eindeutige Zuordnung zu nur einer Gruppe oftmals schwierig. So hätte ich zum Beispiel Familie Lahner sowohl im Bereich der ganzheitlich Überzeugten, als auch im Bereich der arrivierten Anspruchsvollen angesiedelt. Einerseits spielt die Nachhaltigkeit eine bedeutende Rolle in Ernährungsfragen und andererseits achtet sie auch besonders darauf, weil Kinder mit im Spiel sind.

Herr G. stellt eine Mischform aus den distanziert Skeptischen und den jungen Uninteressierten dar. Weniger ging es hier um die Auswahl der Lebensmittel, denn Herr G. achtet sehr wohl auf saisonale und regionale Produkte, als vielmehr um die hedonistische Grundeinstellung. Herr G. lebt sehr momentbezogen und versucht durch sein biologisches Wirtschaften das weniger nachhaltige Alltagsverhalten auszugleichen. Welche positiven Auswirkungen seine Wirtschaftsweise für die Zukunft haben könnte, ist dabei nebensächlicher.

Um die Zuordnung von Frau Hofbauer in den Bereich 50+ Gesundheitsorientierten zu rechtfertigen muss erklärt werden, dass hier weniger das Alter ausschlaggebend war. Entscheidend war, dass Frau Hofbauer viel Wert auf regionale und saisonale Produkte legt und dass es auch bei ihr durch eine Veränderung in ihrem Alltag zu einer Ernährungsumstellung kam. Zwar war diese Umstellung nicht so schwerwiegend, wie die bei der Charakterisierung dieser Gruppe erwähnten Auslöser wie zum Bei-

spiel Krankheiten, allerdings kam es durch eine Veränderung des Alltags (Auszug des Sohnes) zu einer Veränderung im Ernährungsalltag.

6.12 Ernährungsstile

	Sozialisation	Aktive Lebensphase					Alter	
	Heranwachsend	Singles / Paare ohne Kinder		Familie / Alleinerziehende			Ruhestand	
	Ab 14	Dynamisch	Stabil	Kleine Kinder	Größere Kinder	Post familiär	Aktiv	Passiv
Interesse an Ernährungsfragen	hoch	Familie Strobl				Frau Hofbauer		
	niedrig				Familie S.			
				Familie Lahner	Familie H.			
				Familie Z.	Familie Dungal			
						Familie Ebner		
				Herr G.				

Lebensphasen / Lebenssituationen

Abb. 31: Zuordnung der InterviewteilnehmerInnen zu den Ernährungsstilen

Auch in diesem Fall war eine Zuordnung, die auch wirklich das Ernährungsverhalten der einzelnen TeilnehmerInnen widerspiegelt sehr schwierig, da eine Zuordnung anhand des Ernährungsverhaltens nicht der Familiensituation entsprochen hätte. So wäre zum Beispiel Familie H. durch das hohe Interesse von Herrn H. an fitnessorientierter Ernährung nach den Ernährungsstilen nach dem ISOE eher im Bereich der stabilen Singles einzuordnen gewesen. Auch Familie Dungal hätte ich auf Grund des Gesagten eher in diesem Bereich angesiedelt. Hier wäre es weniger wegen der fitnessorientierten Ernährungsweise, sondern eher aus dem Grund, weil Herr Dungal mir in den Interviews erzählte, dass er, wenn es der Arbeitsalltag seiner Frau nicht zulässt, gerne zu seiner Mutter essen ginge und somit quasi „Außer-Haus-Angebote“ in Anspruch nimmt und der Ernährungsalltag dem Arbeitsalltag untergeordnet wird. Familie Strobl wäre auf Grund ihres Ernährungsstils eher im Bereich der konventionellen Gesundheitsorientierten (ganz rechts in der Grafik) anzusiedeln gewesen, da es sich hierbei aber nicht um Personen im Ruhestand handelt, wurden sie jetzt in der Grafik links dargestellt.

Man kann also erkennen, dass diese Grafik für die Ernährung leider nur relativ wenig Aussagekraft hat, da in dieser Art der Darstellung nach dem ISOE, eher Faktoren wie Lebens- beziehungsweise Familienphase strukturierend sind. Somit würde ich diese Theorie als eher ungeeignet für den Bereich meiner Aufgabe ansehen.

Um trotz alledem aber dennoch auch die Ernährungsweisen in dieser Grafik auszudrücken, habe ich noch eine zweite Abbildung erstellt, die eher der Gruppenzugehörigkeit auf Grund des Ernährungsverhaltens entspricht. Ein Herauslesen der Familiensituation aus der Abbildung ist in diesem Fall aber nicht mehr immer möglich beziehungsweise nur mehr in den seltensten Fällen zutreffend.

	Sozialisation	Aktive Lebensphase					Alter	
	Heranwachsend	Singles / Paare ohne Kinder		Familie / Alleinerziehende			Ruhestand	
	Ab 14	Dynamisch	Stabil	Kleine Kinder	Größere Kinder	Post familiär	Aktiv	Passiv
Interesse an Ernährungsfragen	hoch			Familie S.	Familie Wiesinger	Frau Hofbauer		
	niedrig				Familie H.		Familie Strobl	
				Familie Dungal				
				Familie Lahner				
					Familie Z.			
				Herr G.	Familie Ebner			

Lebensphasen / Lebenssituationen

Abb. 32: Einteilung in Ernährungsstile anhand Ernährungsverhalten

In manchen Fällen zeigt sich sogar eine in etwa gleiche Positionierung in beiden Abbildungen. Das trifft vor allem auf Frau Hofbauer, Familie Lahner und auf Familie Wiesinger zu. Andere spiegeln aufgrund ihres Ernährungsstils eine völlig falsche Lebenssituation wieder.

6.13 Konsumstile

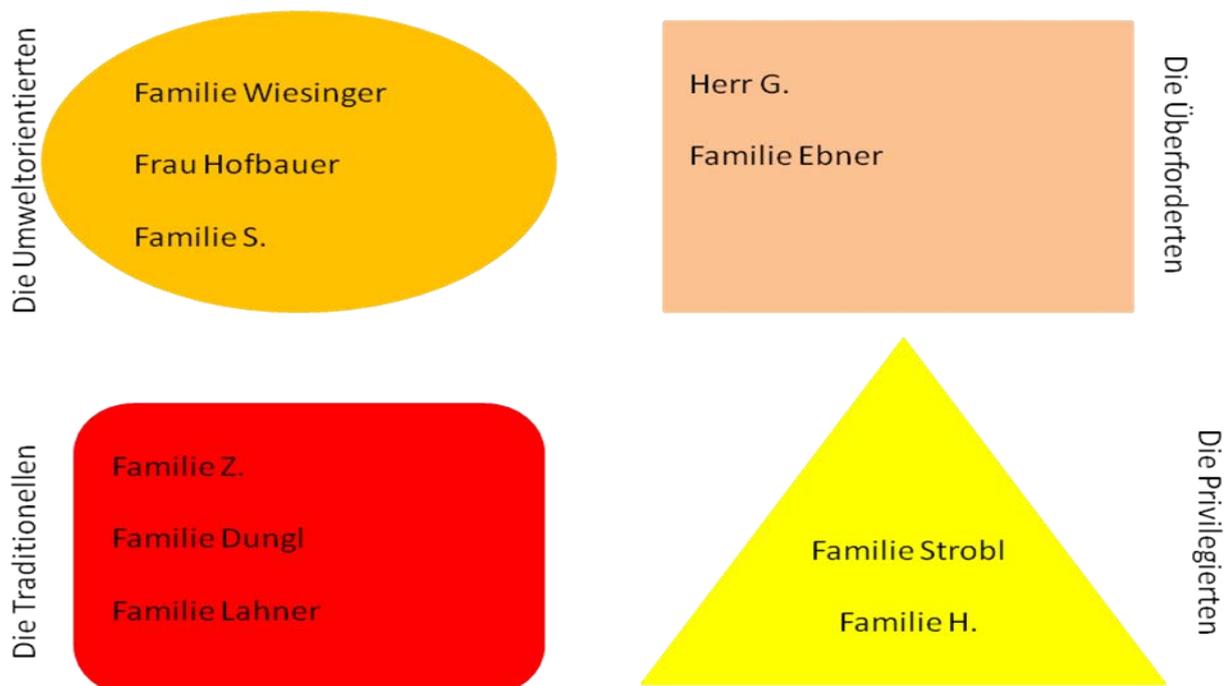


Abb. 33: Zuordnung der InterviewteilnehmerInnen zu den Konsumstilen

Die Zuordnung der einzelnen Familien zu den Konsumstilen war am Einfachsten möglich und stellt auch im Großen und Ganzen die Einstellung der Familien ganz gut dar. Allerdings gab es keine wirkliche Gruppe, in der beschrieben wurde, dass vermehrt auf Bioprodukte geachtet wird. So wird zwar in der Übergruppe der Umweltorientierten vermehrt darauf hingewiesen, dass ethische Überlegungen und umweltbewusstes Handeln betrieben wird, jedoch wird auch beschrieben, dass Bioprodukte nicht unbedingt die höchste Priorität hätten.

Die Zuordnung des Herrn G. und der Familie Ebner zur Gruppe der Überforderten erscheint auf den ersten Blick abwertender als sie gemeint ist. Ich unterstelle keiner der beiden Familien mit dem Alltag überfordert zu sein, allerdings zeigt sich bei Herrn G. deutlich, dass sein Interesse am Thema Ernährung nur sehr gering ausgeprägt ist und er gerne bereit ist, Entscheidungen aus diesem Lebensbereich seiner Mutter zu überlassen.

Familie Z. ist zwar in den Bereich der Traditionellen eingegliedert, weil hier auch die „Klassische Familie“ angesiedelt ist. Allerdings würde sie aufgrund der geringen Verwendung von Bioprodukten und auch dem fehlenden Interesse daran, etwas in Zukunft zu verändern in den Bereich der Überforderten passen.

Wie man deutlich sehen kann, gibt es bei allen drei Theorien die eine oder andere Schwierigkeit das Gesagte in der Realität darzustellen. Oftmals würde vieles aus unterschiedlichen Gruppen zustimmen und wie die Theorie der Ernährungsstile gezeigt hat, lässt eine Zuordnung zu bestimmten Typen oftmals einen falschen Schluss zu. Trotz alledem zeigen im Endeffekt alle drei Theorien eine mehr oder weniger gelungene beziehungsweise geeignete Gruppierung der InterviewteilnehmerInnen.

6.14 Lebensstile und Geschmacksausprägungen nach Bourdieu

Wie bereits im gleichnamigen Kapitel weiter vorne in der Arbeit beschrieben, hat sich die soziale Situation des Bauernstandes heute meist wesentlich verändert. BäuerIn zu sein ist ein angesehener Beruf und geht mittlerweile schon weit über die reine Nahrungsmittelproduktion hinaus. Man geht zum Bauern oder zur Bäuerin einkaufen, weil man gleichzeitig auch was für die Natur tun möchte und auch um die regionalen Betriebe zu unterstützen. Oftmals hat man auch schon eine persönliche Beziehung zu ihr/ihm aufgebaut und der Einkauf am Bauernhof gestaltet sich dann oftmals auch als kleiner Besuch unter Freunden.

Leider ist es mittlerweile so, dass jährlich viele Betriebe zusperren müssen, da es sich für sie nicht mehr lohnt in die Arbeit und den Hof weiter zu investieren. Genau aus diesem Grund, entscheiden sich heute Menschen wieder ganz bewusst dafür, Produkte direkt ab Hof von „ihrer Bäuerin“ oder „ihrem Bauern“ zu beziehen. Einkaufen wird wieder zum Erlebnis. Zwar dauert dieser Prozess noch an, da es heute nicht mehr ganz so üblich ist wie früher, am Bauernhof einzukaufen, allerdings kam auch bei den Interviews immer wieder heraus, dass sich KundInnen bewusst für zu Beispiel die Erdäpfel von der BäuerIn entscheiden, weil ihnen diese viel besser schmecken als jene aus dem Supermarkt. Manche sind dafür sogar bereit extra aus Wien nach Niederösterreich zu fahren, nur um „ihre BäuerIn“ zu unterstützen. Zwar ist hier der Nachhaltigkeitsgedanke schon wieder fraglich, allerdings werden solche Einkäufe dann auch oft mit Verwandtenbesuchen in der Umgebung oder einem Sonntagsausflug ins Weinviertel kombiniert.

Trotz alledem sind zweitweise auch noch Kriterien aus der Klassifizierung Bourdieus vorhanden. So entscheiden sich die BiobäuerInnen aus meinen Interviews oft bewusst für die einfachen und vorhandenen Produkte und verzichten somit auf den „Luxusgeschmack der Bourgeoisie“. Während es anderen KonsumentInnen, die nicht so viel Wert auf Biolebensmittel, Regionalität und Saisonalität legen eher egal ist, ob Erdbeeren aus Spanien im Winter „im Wagerl landen“, entscheiden sich ei-

gentlich alle InterviewteilnehmerInnen dazu, für den Nachhaltigkeitsgedanken bewusst darauf zu verzichten. War es den BäuerInnen zur früheren Zeit auf Grund des geringeren Einkommens oftmals nicht möglich, sich den Luxus der „besseren Schichten“ zu gönnen, könnte man dies zwar heute oftmals, verzichtet aber bewusst darauf und kehrt wieder zum Notwendigen zurück.

Zusammenfassend kann man also feststellen, dass einige Aspekte der Bourdieu'schen Theorie auch heute noch passend erscheinen, allerdings versuchen BäuerInnen oftmals ihre Produkte von der breiten Masse an Lebensmittelprodukten hervorzuheben und den Berufsstand des Bauern zu etwas Einmaligem zu machen. Sie verhelfen ihren Produkten durch viel Liebe und Aufwand zu hoher Qualität und versuchen so, sich durch die großen Lebensmittelkonzerne durchzusetzen und wieder die Bedeutung von früher zu erlangen.

7 Schlussfolgerungen

Wie sich jetzt auch nach der Prüfung und genaueren Betrachtung der Interviewergebnisse anhand der Theorien gezeigt hat, ist zumindest in allen zehn Familien der Ansatz zur nachhaltigen Verhaltensweise außerhalb des Wirtschaftens gegeben. Allerdings sind die Umsetzungsweise und auch der Umfang der Umsetzung von Familie zu Familie sehr verschieden. Während ungefähr die Hälfte auch im Bereich der Ernährung so agiert, wie es die Arbeitshypothese beschreibt, setzen andere biologische Überlegungen nur in wenigen Situationen um. Bevorzugt werden Biolebensmittel in den Bereichen konsumiert, wo sie leicht zugänglich sind. Mittlerweile bekommt man in beinahe jeder Supermarktkette Obst, Gemüse und Milchprodukte in Bioqualität angeboten. Biofleisch und Biogebäck hingegen, ist oftmals nicht so leicht zugänglich und würde einen Mehraufwand in Form von Extrawegen zu einer anderen Einkaufsstätte erfordern.

Diesen Mehraufwand sind aber einige der BiobäuerInnen nicht bereit zu betreiben. Bei manchen wird das damit begründet, dass die Zeit oder auch das Interesse dafür fehlt, andere rechtfertigen ihr Handeln damit, dass weite Extrawege nicht ihrem Gedanken von Nachhaltigkeit entsprechen. Wenn weite Wege wirklich alleine aus dem Grund abgelehnt werden, dass sie als nicht nachhaltig empfunden werden, so erscheint das im Sinne der Nachhaltigkeit noch als gerechtfertigt. Allerdings empfinde ich es doch als verwunderlich, dass man nur bei 50% der InterviewteilnehmerInnen zu der Annahme kommt, dass die Wirtschaftsweise begründet auf eine Überzeugung gewählt wurde und nicht nur deshalb, weil es in der Öffentlichkeit besser wirkt, seinen Betrieb nach den Richtlinien der biologischen Wirtschaftsweise zu führen.

Wenn man nun versucht zu analysieren, wie sich dieses Ergebnis auf andere KonsumentInnen auswirkt, die nicht aus dem Bereich der (Bio-)Landwirtschaft kommen, so muss man annehmen, dass dies zu einer weiteren Verunsicherung führt. Bioprodukte sind ohnehin in den Köpfen vieler KonsumentInnen mit unsicheren Gedanken behaftet und man ist sich oftmals nicht mehr sicher, ob das Produkt, das man in den Händen hält, nun wirklich ein Produkt ist, das nach biologischen Kriterien erzeugt wurde. Wenn nun meine Arbeit auch noch zu dem Ergebnis kommt, dass selbst nicht einmal BiobäuerInnen von ihren Produkten überzeugt sind, dann ist es fraglich, wie man Außenstehende davon überzeugen soll, Bioprodukte zu kaufen.

Nur gut die Hälfte der InterviewteilnehmerInnen scheint ihre Chance als VorreiterInnen im Bereich des Biokonsums zu erkennen und auch wahrzunehmen. Man muss den (potentiellen) KonsumentInnen zeigen, dass man auch selbst zu seinen Produkten steht, die Vorteile darin sieht und auch bereit ist Aufwand in Kauf zu nehmen, der über das „Alltägliche“ hinausgeht. Sicherlich bedeutet das Kaufen von Bioprodukten oftmals eine größere Recherchearbeit und womöglich auch einen Mehraufwand in finanzieller oder zeitlicher Hinsicht. Wenn man aber von BiobäuerInnen vorgelebt bekommt, dass es möglich ist vermehrt auf bio zu achten und auch welche positiven Auswirkungen, sei es für die Umwelt, für die Tiere oder vielleicht auch für sich selbst oder nachfolgende Generationen, bio haben kann, dann trägt das dazu bei, das Vertrauen der Bevölkerung in bio wieder zu stärken.

Ich sehe in BiobäuerInnen ein Vorbild für Menschen, die ihr Leben gerne nach nachhaltigen Kriterien ausrichten möchten. Ich könnte mir auch vorstellen, dass Biobetriebe als Anlaufstelle genutzt werden, um herauszufinden, in wie weit man seinen Alltag nachhaltiger gestalten kann. Man erhofft sich von der Biobäuerin beziehungsweise vom Biobauern Tipps und Möglichkeiten, die Nachhaltigkeit in den Alltag zu integrieren. Wenn man dann aber genau so eine BiobäuerIn als Anlaufstelle nutzt, die selbst nur sehr wenige biologische Lebensmittel und nachhaltige Produkte konsumiert, so wird man anfangen nachzudenken, warum die Bäuerin/der Bauer selbst seinen Alltag nicht biologischer beziehungsweise nachhaltiger gestaltet. Man wird vermuten, dass bio doch nicht so „gut“ und „wirkungsvoll“ ist, wie man es vorerst angenommen hat und wird dann auch sein Verhalten nach dem neuge-

wonnen Wissen ausrichten. Ein eventuell im Hinterkopf bestehender Zweifel, ob bio wirklich in vielerlei Hinsicht besser ist als konventionell, wird in gewisser Weise bestätigt und das führt zum Verlust eines potentiellen Bio-Neukunden beziehungsweise Bio-Bestandskunden.

Wenn ich an den Beginn meiner Arbeit denke, so muss ich feststellen, dass mich das Ergebnis meiner Interviews doch ein wenig überrascht. Ich ging eigentlich davon aus, dass die Bereitschaft bei BiobäuerInnen für eine biologische und nachhaltige Ernährungsweise besonders hoch ist. Im Nachhinein betrachtet, muss ich aber leider feststellen, dass sich meine Annahme als nicht bestätigt herausgestellt hat. Wenn man so will, kann man im Verhalten von BiobäuerInnen keinen großen Unterschied zum Verhalten anderer Berufsgruppen feststellen, was allerdings alarmierend ist, da man ja davon ausgehen kann, dass BiobäuerInnen über die Wichtigkeit ihrer Wirtschaftsweise Bescheid wissen. Warum sie dieses Wissen dann allerdings nicht auch in anderen Bereichen anwenden, kann ich nicht genau nachvollziehen. Zwar habe ich im Rahmen der Diskussion versucht, Gründe hierfür zu finden, allerdings sind das alles nur Vermutungen meinerseits.

Müsste ich nun beschreiben, was ich bei meiner nächsten Arbeit anders machen würde, so käme ich wahrscheinlich zu dem Schluss, dass eine anonyme quantitative Befragung für dieses Thema angemessener gewesen wäre. Die BiobäuerInnen wären vermutlich eher dazu bereit gewesen, die wahren Gründe für den „Nicht-Konsum“ von Biolebensmitteln anzugeben und die Diskussion würde weniger auf Annahmen als auf tatsächlichen Aussagen basieren. Trotz alledem war es interessant zu beobachten, mit Hilfe welcher Maßnahmen die InterviewteilnehmerInnen versuchen, den nur in geringem Ausmaß stattfindenden Einkauf von Biolebensmitteln zu kompensieren beziehungsweise auszugleichen.

Zuletzt möchte ich nur kurz noch erklären, warum ich in der Arbeit immer wieder die Begriffe „Paradeiser“ und „Erdäpfel“ gewählt habe. Zwar bin ich mir durchaus im klaren, dass es auf Hochdeutsch „Tomate“ und „Kartoffel“ heißen würde, allerdings habe ich mich bewusst dazu entschieden, die im Weinviertel dafür gängigen Begriffe hierfür zu verwenden, da dies noch einmal mehr darstellt, in welcher Region die Interviews durchgeführt wurden.

8 Zusammenfassung

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass sich die Vermutung, dass sich Biobäuerinnen und Biobauern auch selbst bevorzugt mit Biolebensmittel ernähren, nur zur Hälfte bewahrheitet hat. Zwar werden in allen zehn Haushalten von Zeit zu Zeit Biolebensmittel konsumiert, allerdings ist bei fünf der zehn die Bereitschaft größer, dies auch wirklich konsequent durch den ganzen Alltag hindurch durchzuziehen. Oftmals stellte sich aber heraus, dass es für die InterviewteilnehmerInnen nicht unbedingt wichtig ist, Produkte in Bioqualität zu erwerben. Nachhaltigkeit wird bei vielen mit den Begriffen Regionalität und Saisonalität in Verbindung gebracht. So zeigte sich auch, dass die fünf Familien, die weniger häufig Biolebensmittel konsumieren, sehr häufig zu regionalen und saisonalen Produkten greifen. Es sind somit in allen zehn Biobauernfamilien nachhaltige Ansätze vorhanden, allerdings nicht überall in dem hohen Ausmaß, wie es im Zusammenhang mit der Arbeitshypothese anzunehmen war.

Auf eine vermehrte Ernährungs- und Konsumweise mit biologischen und nachhaltigen Produkten achtet konsequent nur die Hälfte der InterviewteilnehmerInnen. Für sie geht die biologische Wirtschaftsweise über das Arbeiten auf dem Feld oder dem Stall hinaus. Für sie zählen nachhaltige Gedanken auch in anderen Bereichen des Alltags und man ist auch eher bereit Mehraufwand (in Form von mehr Geld, mehr Zeit,...) dafür in Kauf zu nehmen.

Bei den restlichen fünf Familien sind durchaus auch Ansätze für einen nachhaltigeren Alltag vorhanden, allerdings, und zu dem Schluss kamen sie auch selbst am Ende der Interviews, gibt es noch viele Ausbaumöglichkeiten um den Alltag nachhaltiger zu gestalten. Manche gaben auch Änderungswünsche an, andere sind aber auch mit der derzeitigen Situation zufrieden und möchten ihre Ernährungs- und Konsumweise in dieser Art beibehalten.

Diese Ergebnisse stammen aus 10 leitfadengestützten problemorientierten Interviews, die mit Hilfe des thematischen Kodierens ausgewertet wurden. Die Ergebnisse sind nicht repräsentativ und spiegeln lediglich das Verhalten weniger BiobäuerInnen aus Österreich wieder.

9 Abstract

In dieser Arbeit ging es darum, zu untersuchen, ob sich Biobäuerinnen und Biobauern auch selbst mit Biolebensmitteln ernähren. Hierfür wurden zehn qualitative Interviews mit Biobäuerinnen und Biobauern aus Niederösterreich durchgeführt. Es ging in den Interviews darum, herauszufinden, welche Lebensmittel konsumiert werden, wo diese eingekauft und ob auch andere Bereiche des Lebens von nachhaltigen Gedanken angeleitet werden.

Themen die zusätzlich noch in den Interviews behandelt wurden sind: Gründe für die Auswahl der Lebensmittel, Gründe für die Auswahl der Einkaufsstätte, Regionalität und Saisonalität, Einschätzung des eigenen Verhaltens als nachhaltig oder nicht nachhaltig.

Die wichtigsten Ergebnisse aus der Arbeit sind: Nur bei der Hälfte der Interviewteilnehmern konnte die Arbeitshypothese, dass BiobäuerInnen vermehrt auf Biolebensmittel achten, bestätigt werden. In den anderen fünf Familien konnten zwar auch Ansätze für ein nachhaltiges Ernährungsverhalten gefunden werden, allerdings haben hier Biolebensmittel nicht höchste Priorität.

This thesis intends to survey, if it is true, that organic farmers eat organic food themselves. Therefore ten qualitative Interviews with organic farmers from Lower Austria were made. The intention of the interviews was to find out, which food the participants of the interviews consume, where they buy it and if other parts of their lives are lead by sustainable thoughts.

Themes which were also part of the interviews are: Reasons for the selection of food, reasons for the selection of the place they buy their food, regionality, seasonality, evaluation whether their behavior is sustainable or not.

The most important results of the thesis are: Only in 50% of the interviews it was possible to say, that the hypothesis of this work, that organic farmers consume organic food themselves, is correct. In the behaviour of the other 50% there are some things which are sustainable, but organic food isn't the main criteria.

10 Literatur

10.1 Buchquellen

Brunner, K.-M. 2007. Ernährungspraktiken und nachhaltige Entwicklung – eine Einführung. In: Brunner, K.-M., Geyer, S., Jelenko, M., Weiss, W., Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Wien: Springer-Verlag

Die Grünen Weinviertel 2011. Bio und Fair – Lebensmittel aus dem Weinviertel aus gutem Grund. Wolkersdorf

Empacher, C. 2001. Zielgruppenspezifische Potentiale und Barrieren für nachhaltigen Konsum - Ergebnisse einer sozial-ökologischen Konsumentenuntersuchung. Frankfurt am Main: ISOE

Flick, U. 2009. Qualitative Sozialforschung – Eine Einführung. Hamburg: Rowohlt's enzyklopädie im Rowohlt Taschenbuch Verlag

Hayn, D., Schultz, I. 2004. Ernährung und Lebensstile in der sozial-ökologischen Forschung - Einsichten in die motivationalen Hintergründe des alltäglichen Ernährungshandelns. Institut für sozial-ökologische Forschung. Erschienen in: Bundesamt für Naturschutz: Ernährungskultur : Land(wirt)schaft, Ernährung und Gesellschaft. 26. wissenschaftliche Jahrestagung der AGEV, BfN-Skripten 123/2004

Heiler, F. et al. 2009. Sustainable Lifestyles. Nachhaltige Produkte, Dienstleistungen und Lebensstile hervorbringen: Analyse von Lebensstiltypologien, Gestaltungsmöglichkeiten für Unternehmen, Einbindung von KonsumentInnen und Stakeholdern. Berichte aus Energie- und Umweltforschung. Wien: Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie

Lackner, M. 2008. Sozialökologische Dimensionen der österreichischen Ernährung. Eine Szenarienanalyse. Social Ecology Working Paper 103, Institute of Social Ecology, Wien

Naimer, J. 2007. Bio-Marketing. Besonderheiten der Vermarktung von Bio-Produkten, dargestellt am Beispiel Bio-Soja. Diplomarbeit, Eisenstadt

Stieß, I., Hayn, D. 2005. Ernährungsstile im Alltag. Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung. Diskussionspapier Nr. 5, ISOE, Frankfurt am Main

Weiß, J. 2006. Umweltverhalten beim Lebensmitteleinkauf. Eine Untersuchung des Einkaufsverhaltens und der Angebotsstruktur in sechs Berliner Wohngebieten. Dissertation, Berlin

Wilhelm, R., von Koerber, K., Kustermann, W. 2006. „Nachhaltige Ernährung“ in der Ernährungskommunikation – Status quo und Perspektiven. In: Die neue Dynamik des Bio-Markts. Folgen der Agrarwende im Bereich Landwirtschaft, Verarbeitung, Handel, Konsum und Ernährungskommunikation. Ergebnisband 1. München: oekom verlag, Gesellschaft für ökologische Kommunikation mbH, S. 197-198

10.2 Internetquellen

Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Landesamtsdirektion, Referat Kommunikation Land Steiermark : Nachhaltig Einkaufen, online im www unter URL:

<http://www.nachhaltigkeit.steiermark.at/cms/ziel/4124252/DE/>, 13.September 2012

Homepage der AGES: Untersuchung von Biolebensmitteln auf Pestizidrückstände, online im www unter URL: <http://www.ages.at/ages/ernaehrungssicherheit/schwerpunktaktionen/untersuchungen-von-bio-lebensmitteln-auf-pestizide/>, 9.August 2012

Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: AMA- Biozeichen; Biologischer Garant für Naturbelassenheit, online im www unter URL: <http://www.ama-marketing.at/?id=1531>, 6.August 2012

Arbeitsgruppe Nachhaltige Ernährung- Technische Universität München: Was ist Nachhaltige Ernährung bzw. Ernährungsökologie?, online im www unter URL: <http://bfeoe.de/wzw/wasist/index.shtml>, 15.November 2012

BIO AUSTRIA - Netzwerk der österreichischen Biobäuerinnen und Biobauern: Infoportal der Biobäuerinnen und Biobauern – Österreich, online im www unter URL: <http://www.bio-austria.at/>, 6.August 2012

BIO AUSTRIA - Netzwerk der österreichischen Biobäuerinnen und Biobauern: Mit Bio- Erkennungszeichen „bio“ auf einen Blick, online im www unter URL: http://www.bio-austria.at/konsumenten__1/was_ist_bio__1/bio_sicher_erkennen__1/mit_bio_erkennungszeichen__bio_auf_einen_blick__1#EU, 6.August 2012

BIO AUSTRIA- Netzwerk der österreichischen Biobäuerinnen und Biobauern: Bio Obst, online im www unter URL: http://www.bio-austria.at/konsumenten__1/bio_warenkunde/bio_obst, 9.August 2012

BIO AUSTRIA-Netzwerk der österreichischen Biobäuerinnen und Biobauern: Wie teuer sind Bio-Lebensmittel wirklich?, online im www unter URL: http://www.bio-austria.at/bundeslaender/oberoesterreich/konsumenten/aktuell/oberoesterreich__21, 24.August 2012

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft; Lebensministerium.at: bewusstkaufen.at – das bringt`s nachhaltig. Kritik an Stanford Studie: Natürlich ist bio besser!, online im www unter URL: <http://www.bewusstkaufen.at/news/450/kritik-an-stanford-studie-natuerlich-ist-bio-besser.html>, 24.September 2012

Cordelia: Diplomierte Ernährungstrainerin, Iss dich glücklich, Ist BIO wirklich gesünder, online im www unter URL: <http://www.issdichgluecklich.at/start/tipp-5.html>, 22.August 2012

DI (FH) Silvia Fischer: biologisch.at; Biokennzeichnung, online im www unter URL: <http://www.biologisch.at/Bio-Lebensmittel/Biokennzeichnung.html>, 8.August 2012

Dolceta: Online Consumer Education: Vermittlung von Nachhaltigkeit, online im www unter URL: <http://www.dolceta.eu/deutschland/Mod5/-Vermittlung-von-Nachhaltigkeit-.html>, 16. Oktober 2012

Dr. Margret Büning-Fesel: aid infodienst, 11. aid-Forum: Du isst, wie du bist? Ernährungskompetenz ist Lebenskompetenz, online im www unter URL: http://www.aid.de/downloads/aid_forum_2008_abstract_buening_fesel.pdf, 24.September 2012

European Comission: Landwirtschaft und ländliche Entwicklung, online im www unter URL: http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo_de/, 6.August 2012

European Comission: Nachrichten – Biolebensmittel laut EU-Forschung besser und gesünder, online im www unter URL: http://cordis.europa.eu/fetch?CALLER=DE_NEWS&ACTION=D&SESSION=&RCN=28607, 9.August 2012

information.medien.agrar e.V. (i.m.a): Das Bild der Bauern - Selbstbild, Fremdbild, Meinungsbild, online im www unter URL: http://www.ima-agrar.de/fileadmin/redaktion/download/pdf/materialien/Das_Bild_der_Bauern.pdf, 4.Juni 2012

Integral – Markt- und Meinungsforschung: SINUS, online im www unter URL: <http://www.integral.co.at/de/sinus/milieus.php>, 22.Oktober 2012

Integral:Sinus: Die Sinus-Milieus in Österreich, Informationsfolder, online im www unter URL: http://www.integral.co.at/de/sinus/Folder_Sinus_Oesterreich_2011.pdf, 22.Oktober 2012

Klima Kampagnen Baukasten 1: Ernährungsstile, Technische Universität Berlin, Zentrum Technik und Gesellschaft, online im www unter URL: <http://www.klima-kampagnen-baukasten.de/root/wissensbausteine/zielgruppen-adressieren/lebensstile-anknuepfungspunkt-fuer-erfolgreiche-kampagnen/ernaehrungsstile/ernaehrungsstile.html>, 22.Oktober 2012

Klima Kampagnen Baukasten 2: Konsumstile, Technische Universität Berlin, Zentrum Technik und Gesellschaft, online im www unter URL: <http://www.klima-kampagnen-baukasten.de/root/wissensbausteine/zielgruppen-adressieren/lebensstile-anknuepfungspunkt-fuer-erfolgreiche-kampagnen/konsumstile/konsumstile.html>, 22.Oktober 2012

Mayr, J., Meixner, O., Waidacher, M.: Teil III: Qualitative Methoden der Soziologie und ihre Anwendbarkeit in der Geschichte, online im www unter URL: <http://www.boku.ac.at/mi/fp/soz/soz-teil3.html>, 17.Oktober 2012

Nur eine Erde.de: Jürgen Fritze, Definition: was ist der ökologische Fußabdruck, online im www unter URL: <http://www.nureineerde.de/Definition.html>, 16.Oktober 2012

Österreichische Gesellschaft für Ernährung: Bio-Produkte, online im www unter URL: <http://www.oege.at/php/current/content.php?l=de&a=2350>, 22.August 2012

Plattform Footprint: Der Ökologische Fußabdruck Österreichs, online im www unter URL: http://www.footprint.at/fileadmin/zf/dokumente/footprint_brosch_v3LM.pdf, 16.Oktober.2012

SPIEGEL ONLINE GmbH: Lebensmittelstudie bei Stiftung Warentest: Warum Bio nicht immer besser ist, online im www unter URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/lebensmittelstudie-bei-stiftung-warentest-warum-bio-nicht-immer-besser-ist-a-697079.html>, 24.August 2012

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.: Nachhaltig einkaufen, online im www unter URL: <http://www.nachhaltig-einkaufen.de/nachhaltig-einkaufen/nachhaltig-einkaufen2>, 13.September 2012

10.3 Abbildungsquellen

Wenn von einer Internetquelle nur die Abbildung verwendet wurde, sonstige Information aber nicht berücksichtigt wurde, so ist diese hier aufgelistet:

Austria AG, WET- Wohnungseigentümer: Karte Weinviertel, online im www unter URL: http://www.wet.at/cgi-bin/karte_wein.pl, 23.Oktober 2012

Gutes aus der Natur: Was ist Demeter?, online im www unter URL: <http://www.gutes-aus-der-natur.at/demeter.htm>, 8.August 2012

Knittelfeld.at – Stadtgemeinde Knittelfeld: Fair Future – Eine Multivision für Schülerinnen und Schüler, online im www unter URL: http://www.knittelfeld.at/umweltschutz/fair_future/index.htm, 29.Oktober 2012

Wikimedia Foundation Inc.: Arche Noah Logo, online im www unter URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Arche-Noah-Logo.svg>, 8.August 2012

11 Anhang

11.1 Einverständniserklärung zum Mitschnitt der Interviews

Einverständniserklärung zum Mitschnitt des Interviews für meine Masterarbeit mit dem Thema:

„Österreichische BiobäuerInnen und ihr Umgang mit der alltäglichen Ernährung, Ernährungsmuster und Beschaffung von Lebensmitteln“

Liebe TeilnehmerInnen!

Im Rahmen meiner Masterarbeit auf der Universität für Bodenkultur Wien führe ich Interviews zum Thema „Österreichische BiobäuerInnen und ihr Umgang mit der alltäglichen Ernährung, Ernährungsmuster und Beschaffung von Lebensmitteln“ durch.

Zur Vereinfachung der Aufzeichnung dieser Interviews würde ich diese gerne mit dem Aufnahmegerät aufzeichnen. Diese Aufnahmen dienen ausschließlich meiner Person im Rahmen dieser Arbeit. Sie werden weder an Dritte weitergegeben, noch anderen nicht befugten Personen vorgespielt.

Ihre Angaben und Aussagen werden, wenn gewünscht, anonym wiedergegeben. Bitte wählen Sie eine der beiden Optionen aus:

- Mein Name darf in der Arbeit verwendet werden.

- Ich möchte bitte nicht mit Namen genannt werden und anonym bleiben.

Vielen Dank für Ihre Bemühungen und dass Sie sich die Zeit für ein Interview genommen haben.

Susanne Beck

Studentin der Landschaftsplanung und Landschaftsarchitektur

Ich habe das Schreiben zur Kenntnis genommen und stimme einer Aufzeichnung des Interviews mittels Aufnahmegerät zu.

Datum, Unterschrift

11.2 Interviewleitfaden

Interviewleitfaden

Name:

Adresse:

Telefon für Rückfragen:

Familienstand:

Anzahl der Familienmitglieder:

Alter:

Eigene Produkte:

Ausbildung:

Wenn Sie an ihre alltägliche Ernährung denken, wie würden Sie diese beschreiben?

Welche Lebensmittel werden verwendet?

Woher beziehen Sie ihre Lebensmittel?

Wird ein Teil auch aus eigener Produktion gedeckt?

Wird auch das Angebot benachbarter Bauern genutzt?

Was bestimmt sie Auswahl der Lebensmittel?

Gibt es Unterschiede zwischen den einzelnen Produktgruppen? (z.B: Fleisch, Gemüse und Milchprodukte biologisch, Nudeln... konventionell?) Warum?

Werden Angebote und Saisonalität berücksichtigt?

Bestimmen die biologische Richtlinien nur Ihr Wirtschaften an oder leiten sie auch andere Bereich in Ihrem Leben an?

Wie werden Einkaufswege zurückgelegt?

Nach welchen Kriterien wird die Einkaufsstätte ausgesucht? (Nähe zum Wohnhaus, Kundenkarte+ Kundenangebote, liegt auf dem Nachhauseweg,...)

Wird auf eine Verpackung mit biologisch abbaubaren Materialien geachtet?

Wo wird eingekauft?

Was sind die Gründe für die Auswahl genau dieser Lebensmittel und wie Sie sie beschaffen?

Soll das auch in Zukunft so bleiben?

Gibt es Änderungswünsche (sowohl hin zu mehr bio als auch weg zu weniger bio?)

Würden Sie Ihr eigenes Ernährungsverhalten und die Beschaffung von Lebensmitteln als Nachhaltig bezeichnen?

Anmerkung: Die kursiv dargestellten Fragen sind jene Fragen, die den Teilnehmerinnen und Teilnehmern gestellt wurden. Die darunter aufgelisteten Fragen dienten lediglich als Orientierungshilfe für mich, um mitzuverfolgen, ob auch all jene Dinge genannt wurden, die ich mir unter der jeweiligen Frage erhofft oder vorgestellt habe.

11.3 Bio-Erkennungszeichen



Abb. 34: AMA-Biozeichen (www.ama-marketing.at/?id=1531, 6.8.2012)

Dieses Logo verspricht Rohstoffe aus dem Biolandbau. Während das farbige Logo zusätzlich noch eine Herkunftsangabe tätigt, sagt das Schwarz-Weiß-Logo nichts über die regionale Herkunft der Rohstoffe aus.



Abb. 35: Bio AUSTRIA-Logo (<http://www.bio-austria.at/>, 6.8.2012)

Das Bio AUSTRIA-Logo kennzeichnet Produkte, die von Biobäuerinnen und Biobauern hergestellt wurden. Das Produkt entspricht den BIO AUSTRIA Richtlinien.



Abb. 36: EU-Bio-Zeichen (http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo_de/, 6.8.2012)

Biolebensmittel aus anderen EU-Ländern werden durch dieses Logo gekennzeichnet. Lebensmittel mit diesem Logo entsprechen den Richtlinien der EU-Verordnung 834/2007 und 889/2008.

11.3.1 Bio-Handelsmarken

Mittlerweile besitzt schon fast jede Supermarktkette ihre eigene BIO-Handelsmarke.



Abb. 37: Logos diverser Bio-Handelsmarken (<http://www.bewusstkaufen.at/label-uebersicht.php?typfilter=5>, 8.8.2012)

Mittlerweile haben „Bio-Logos“ auch schon in anderen Bereichen Einzug gefunden. So gibt es auch schon eine Naturkosmetik-Marke und eine Biomarke im Pflanzenbereich.



Abb.38: weiter Bio-Logos (<http://www.bewusstkaufen.at/label-uebersicht.php?typfilter=5>, 8.8.2012)

Diese sollen es den Kundinnen und Kunden leichter machen, Bioprodukte rasch zu identifizieren. Während das Sortiment dieser Warengruppen zu Beginn noch sehr eingeschränkt war, nimmt die Anzahl an angebotenen Produkten mittlerweile ständig zu.

11.3.2 Bio-Verbände

Bei Bioverbänden handelt es sich um den Zusammenschluss gleichgesinnter, biologisch wirtschaftender Bäuerinnen und Bauern. Für diese gelten meist noch strengere Auflagen als bereits schon durch die EU-Verordnung oder den Lebensmittelcodex vorgegeben sind. Dies soll für eine ausgezeichnete Qualität der Ware sorgen, die dann durch ein eigens entworfenes Logo gekennzeichnet wird.



Abb. 39: Logos diverser Bioverbände (www.gutes-aus-der-natur.at, www.de.wikipedia.org, <http://www.bio-austria.at/>, 8.8.2012)

11.4 Beschreibung der Sinus-Milieus in Österreich

Die 10 Sinus-Milieus® in Österreich

Traditionelle Milieus

Konservative: Leitmilieu im traditionellen Bereich mit einer hohen Verantwortungsethik: Stark von christlichen Wertvorstellungen geprägt, hohe Wertschätzung von Bildung und Kultur; kritisch gegenüber aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen.

Traditionelle: Die auf Sicherheit und Stabilität Wert legende Kriegs- und Nachkriegsgeneration: Verwurzt in der alten kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur.

Gehobene Milieus

Etablierte: Die leistungsbewusste Elite mit starker traditioneller Erdung: Nimmt die Herausforderung der Globalisierung und der digitalen Welt an, strebt gleichzeitig nach Harmonie und Balance; hohe Statusorientierung.

Postmaterielle: Weltoffene Gesellschaftskritiker: Gebildetes, vielfältig kulturinteressiertes Milieu; kosmopolitisch orientiert, aber kritisch gegenüber Globalisierung.

Performer: Die flexible und global orientierte Leistungselite: Individuelle Leistung, Effizienz und Erfolg haben erste Priorität; feste Verankerung in der digitalen Welt.

Digitale Individualisten: Die individualistische, vernetzte, digitale Avantgarde: Mental und geographisch weltweit mobil, online und offline vernetzt, ständig auf der Suche nach neuen Erfahrungen.

Die neue Mitte

Bürgerliche Mitte: Der leistungs- und anpassungsbe-reite Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, gesicherten und harmonischen Verhältnissen, Halt und Orientierung, Ruhe und Entschleunigung.

Adaptiv-Pragmatische: Die junge pragmatische Mitte: Ausgeprägter Lebenspragmatismus, Streben nach Verankerung, Zugehörigkeit, Sicherheit, starke Leistungsorientierung, auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung.

Moderne Unterschicht

Konsumorientierte Basis: Die materialistisch geprägte, resignierte Unterschicht: Ausgeprägte Zukunftsängste und Ressentiments; bemüht, Anschluss zu halten an die Konsumstandards der Mitte.

Hedonisten: Die momentbezogene, erlebnishung-rige moderne untere Mittelschicht: Suche nach Spaß und Unterhaltung; Ablehnung von Leistungsgedanken und traditionellen Normen und Konventionen.

Abb. 40: Beschreibung der Sinus-Milieus in Österreich

(http://www.integral.co.at/de/sinus/Folder_Sinus_Oesterreich_2011.pdf, 22.10.2012)