



Universität für Bodenkultur Wien

Regionale Ernährung im Selbstversuch

Motive, Barrieren und Erfahrungen aus Salzburg
und der Steiermark

Masterarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades Diplom-Ingenieurin
(Dipl.-Ing.ⁱⁿ) im Rahmen des Masterstudiums

Umwelt- und Bioressourcenmanagement

Studienkennzahl: H 066 427

Fachbereich: Regionale Entwicklung

Autorin: Lisa Maria Kirchdorfer, BA

Matrikelnummer: 1241214

Betreuerin und Begutachterin:

Ao. Univ.-Prof.ⁱⁿ Dipl.-Ing.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ nat. techn. Marianne Penker

Institut für Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung

Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Wien, März 2016



Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die vorgelegte Abschlussarbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Zusammenfassung

Wie auch in anderen Ländern interessieren sich KonsumentInnen in Österreich zunehmend für die Herkunft ihrer Lebensmittel. Ein Alltagsexperiment von sieben Salzburger und vier steirischen Familien, die sich über sechs Monate hinweg ausschließlich von Produkten des eigenen Bundeslandes ernährt haben, ist Erkenntnisgegenstand dieser Arbeit. Rückschlüsse auf Motive, Barrieren und Erfahrungen zu regionalen Versorgungsstrukturen und Produktpaletten sollen ebenso gewonnen werden wie Einblicke in die Lerneffekte durch die Selbstexperimente. Die Experiment-TeilnehmerInnen berichteten ihre Erfahrungen in Zeitungen und Online-Blogs. Diese Berichte wurden ausgewertet und hinsichtlich Motive und Barrieren regionaler Ernährung analysiert. Darauf aufbauend wurden die Experiment-TeilnehmerInnen und Kontrollgruppen in qualitativen Interviews, gestützt durch die Q-Methode, befragt. Die Ergebnisse bestätigen nicht nur Erkenntnisse aus der Literatur, sondern ergänzen diese um weitere Motive und Barrieren der regionalen Ernährung und zeigen dabei die unterschiedlichen Wahrnehmungen zwischen Experiment-TeilnehmerInnen und Kontrollgruppen. Die Erfahrungen aus den Experimenten zeigen, dass sich drei Regionen mit charakteristischen Produktpaletten und Versorgungsstrukturen (Innergebirg, Salzburger Flachland, Südsteiermark) unterscheiden lassen. Durch die Anwendung der Q-Methode konnten drei regionale Konsumenten-Typen definiert werden: der patriotische Regionaleinkäufer, der Supermarkteinkäufer und der realistische Regionaleinkäufer. Die Erfahrungen der Experiment-TeilnehmerInnen verdeutlichen, dass regionale Produkte kaum über herkömmliche Versorgungsstrukturen zu beziehen sind. Eine ausschließlich regionale Ernährung bedeutet daher eine große Herausforderung, die ohne entsprechende Kenntnisse über alternative Beschaffungsmöglichkeiten, Produktkennzeichnung, Verarbeitungs- und Lagertechniken sowie ohne soziale Netzwerke nur schwer zu meistern ist. Dem, oft durch die Werbung vermittelten, romantischen Bild von regionaler Ernährung wird durch die Erfahrungen aus den Selbstexperimenten eine realistische Sichtweise gegenübergestellt.

Keywords: regionale Ernährung, Motive, Barrieren, Selbstexperimente, Q-Methode

Abstract

Like elsewhere, local food has also become popular among Austrian consumers. Seven families from Salzburg and four from Styria took part in a six-month self-experiment, during which they exclusively consumed local food from their province. The goal of the thesis was to analyse consumer motivations and barriers of local food consumption, the participants' experiences with local food supply structures and local range of products and lasting learning effects resulting from participation in the self-experiment. The experiment's participants shared their experiences in newspapers and online blogs. These documents have been analysed regarding motivations and barriers of local food consumption. Subsequently, participants in the experiments and members of a control group were interviewed supported by q-method. This study's findings do not only confirm consumer motivations and barriers of literature, but also complement new consumer motivations and barriers of local food consumption and show the different perceptions between experiment's participants and members of the control group. The participant's experiences show that local supply structures and the local range of products fall into three different regional patterns (mountain region [Innergebirg], Salzburg lowlands [Salzburger Flachland], southern Styria [Südsteiermark]) due to agricultural land use and production outputs. Three types of local food consumers could be characterised by applying the q-method. The results show that social embeddedness, knowledge about supply alternatives, processing and storage techniques are essential for consuming locally grown products. Local food is often conceptualised from a romantic perspective. The experiences of the self-experiments contribute more differentiated insights into local food consumption.

Keywords: local food, motivations, barriers, self-experiments, q-method

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	7
TABELLENVERZEICHNIS	7
1. EINLEITUNG	9
1.1. MOTIVATION UND BEWEGGRÜNDE	9
1.2. BESCHREIBUNG DER SELBSTEXPERIMENTE	10
1.3. ZIELE UND FORSCHUNGSFRAGEN	12
1.4. BEGRIFFSDEFINITION: REGIONALE LEBENSMITTEL	13
1.5. AUFBAU DER ARBEIT	14
2. UNTERSUCHUNGSDESIGN	15
3. STAND DES WISSENS ZUR REGIONALEN ERNÄHRUNG	17
3.1. KONZEPT: LOCAL FOOD SYSTEMS	17
3.2. MOTIVE UND BARRIEREN REGIONALER ERNÄHRUNG IN DER LITERATUR	18
3.3. WEITERE BEISPIELE ZU SELBSTVERSUCHEN MIT REGIONALER ERNÄHRUNG AUS DEN MEDIEN	22
4. MATERIAL UND METHODE	24
4.1. DOKUMENTENANALYSE	24
4.2. HALBSTANDARDISIERTE INTERVIEWS	25
4.3. MIND-MAPS DER VERSORGUNGSSTRUKTUREN	27
4.4. DIE Q-METHODE	29
5. ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN ANALYSE	35
5.1. MOTIVE UND BARRIEREN DER REGIONALEN ERNÄHRUNG	35
5.1.1. MOTIVE UND BARRIEREN AUS DER DOKUMENTENANALYSE	35
5.1.2. MOTIVE UND BARRIEREN AUS DEN INTERVIEWS	43
5.2. LERNEFFEKTE DER SELBSTEXPERIMENTE	52
5.3. REGIONALE VERSORGUNGSSTRUKTUREN UND PRODUKTPALETTE	54
5.4. TYPISIERUNG ANHAND DER Q-METHODE	59
5.4.1. FAKTORENANALYSE, ROTATION UND AUSWAHL DER FAKTOREN	59
5.4.2. DIE TYPEN	66
6. DISKUSSION UND SCHLUSSFOLGERUNGEN	69
6.1. BEANTWORTUNG UND DISKUSSION DER FORSCHUNGSFRAGEN	69
6.2. DISKUSSION DES UNTERSUCHUNGSDESIGNS UND DER METHODEN	76
6.3. SCHLUSSFOLGERUNG UND FORSCHUNGSAUSBLICK	79
LITERATURVERZEICHNIS	82
ANHANG	87

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Die steirischen Experiment-Familien und Redakteur Robert Breitler	10
Abb. 2: Die Salzburger Experiment-Familien	11
Abb. 3: Untersuchungsdesign	15
Abb. 4: Mind-Map der familienspezifischen Versorgerstrukturen	28
Abb. 5: Legende zur Mind-Map der Abbildung 4	28
Abb. 6: Beispiel einer fixierten quasi-normalverteilten Zuteilung	32
Abb. 7: Probandin beim Sortieren der Q-Statements	33
Abb. 8: Q-Sorts zum Thema Motive	50
Abb. 9: Q-Sorts zum Thema Barrieren	51

Tabellenverzeichnis

Tab.1: Ausgewählte Literaturquellen für die Zusammenstellung der Untersuchungskategorien	20
Tab. 2: Motive regionaler Ernährung aus der Literatur	21
Tab. 3: Barrieren regionaler Ernährung aus der Literatur	22
Tab. 4: Demographische Merkmale der interviewten Experiment- und Kontrollfamilien	26
Tab. 5: Q-Statements: Motive der regionalen Ernährung	29
Tab. 6: Q-Statements: Barrieren der regionalen Ernährung	31
Tab. 7: Q-Sort einer Probandin	34
Tab. 8: Motive der Dokumentenanalyse	35
Tab. 9: Sonstige Motive der Dokumentenanalyse, nicht in der Literatur erwähnt	37
Tab. 10: Barrieren der Dokumentenanalyse	39
Tab. 11: Sonstige Barrieren der Dokumentenanalyse, nicht in der Literatur erwähnt	41
Tab. 12: Motive aus den Interviews	44
Tab. 13: Barrieren aus den Interviews	45
Tab. 14: Matrix zur Auswertung der Versorgungsstruktur-Mind-Maps	55
Tab. 15: Vor- und Nachteile der Versorgungsstrukturen	56
Tab. 16: Verzicht, Ausnahmen und regionale Alternativen von Produkten in Salzburg und der Steiermark	58
Tab. 17: <i>Unrotated Factor Matrix</i>	61
Tab. 18: Vergleichende Parameter verschiedener Varianten der Q-Analyse	61
Tab. 19: <i>Factor Matrix</i> der Variante 1 (8var_4f)	62
Tab. 20: <i>Factor Matrix</i> der Variante 2 (6var_3f)	62
Tab. 21: <i>Factor Matrix</i> der Variante 3 (4var_3f)	63
Tab. 22: Korrelationsmatrix zwischen den Q-Sorts aller ProbandInnen	63
Tab. 23: Liste der Q-Statements mit durchschnittlichen <i>Factor Q-Sort Values</i> (<i>Factor Arrays</i>)	65

1. EINLEITUNG

Nicht nur in Österreich interessieren sich KonsumentInnen zunehmend für die Herkunft ihrer Lebensmittel, sondern auch in anderen Ländern wie Finnland, Kanada, den USA, Frankreich und Großbritannien (Holdsworth et al. 2009; McIntyre und Rondeau 2011; Roininen et al. 2005; Spiller 2012; Tregear et al. 2003). Regionale Lebensmittel-Bewegungen sind laut McIntyre und Rondeau (2011, 116) eine Reaktion auf wahrgenommene Mängel und Ungerechtigkeiten in der globalisierten Lebensmittelindustrie. Die vielen österreichischen Initiativen für lokale Lebensmittelsysteme, wie Food Coops, CSA, Urban Gardening, Bauern- und Wochenmärkte, Bio- oder Vitalkisten uvm., deuten auf einen Trend zur Regionalität in der Ernährung hin. Laut Karmasin Motivforschung gehört Regionalisierung zu den fünf größten Konsumententrends im Bereich Ernährung und Lebensmittel. Auch im Lebensmittelbericht 2010 des BMLFUW wird der Stellenwert von Lebensmitteln aus der Region hervorgehoben. Laut Lebensmittelbericht sind der Kauf und die Verwendung von regionalen Lebensmitteln in Österreich weit verbreitet. Insgesamt 87% aller ÖsterreicherInnen verwenden Lebensmittel regionaler Herkunft in ihrem Haushalt. Nur 8% geben ausdrücklich an, regionale Produkte nicht zu verwenden.

Die Entscheidung von KonsumentInnen regionale Produkte zu bevorzugen, wird von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst. Nach Tregear et al. (2003, 234) wiegen KonsumentInnen, die regional einkaufen, nicht unbedingt nach intrinsischen (spezifischen Produkteigenschaften wie Geschmack etc.) oder extrinsischen Faktoren (externen Einflussfaktoren wie Geschäftsumfeld) ab, sondern suchen vielmehr nach einer ganz anderen Art von Beziehung mit Landwirten und Lebensmittelproduzenten. Diese Beziehungen zwischen Produzent und Konsument basieren auf der Grundlage der Gegenseitigkeit, des Vertrauens und gemeinsamer Wertvorstellungen. Alvensleben (2000) spricht von einer besseren „emotionalen“ Qualität, die Produkte regionaler Herkunft im Gegensatz zu Produkten mit unbekannter Herkunft aufweisen. Viele Verbraucher neigen laut Alvensleben (2000) dazu, die Produkte der eigenen Region aufgrund der emotionalen Beziehung zwischen Verbrauchern und Heimatregion als positiver wahrzunehmen. McIntyre und Rondeau (2011, 123) weisen sogar auf die romantische Sehnsucht hin, zurück in eine Zeit zu gehen, wo das Herstellen oder Kaufen, Zubereiten und Genießen von Essen noch zu einem gut gelebten Leben dazugehört. Die Entscheidung für regionale Produkte basiert somit auf subjektiven Wahrnehmungen und Erwartungen, nicht auf wissenschaftlich verallgemeinerbaren Grundsätzen (Kaliwoda 2007, 31). So können nicht alle regional erzeugten Lebensmittel Transportwege minimieren oder besser schmecken. Eine Gesetzmäßigkeit von Merkmalen regionaler Lebensmittel gibt es demnach nicht (Kaliwoda 2007, 31).

1.1. Motivation und Beweggründe

In einer Seminararbeit zum Thema *Wir essen nur Regionales – Salzburger Familien im Selbstversuch* näherte ich mich dem Thema der regionalen Ernährung erstmals an. Es stellte sich heraus, dass in der Literatur wenig experimentelle Zugänge zu dieser Thematik zu finden sind. Die meisten Forschungsarbeiten beschäftigen sich mit Motivbefragungen, Verbraucherpräferenzen oder dem Kaufverhalten, meist im Hinblick auf Marketing. Viele Studien gehen der Frage nach, warum und von wem regionale Produkte gekauft werden. Es wird versucht, den *Regionalkäufer* anhand demographischer Merkmale zu klassifizieren, herauszufinden, welche Variablen wie bspw. Einkommen, KonsumentInnen besonders dazu verleiten, zu regionalen Qualitätsprodukten zu greifen. Oder welche Motive sie zu einem

Kauf oder einem Nichtkauf von regionalen Produkten im Gegensatz zu konventionellen Lebensmitteln bewegen.

Meiner Meinung nach soll die Konsumforschung im Zusammenhang mit regionalen Lebensmitteln aber noch tiefer gehen. Die wertvollen Erfahrungen von Selbstexperimenten mit ausschließlich regionaler Ernährung sollen wissenschaftlich analysiert werden, um die bisherige Forschung mit einer praktischen Sichtweise der KonsumentInnen zu ergänzen.

1.2. Beschreibung der Selbstexperimente

Im empirischen Teil dieser Arbeit werden infolgedessen zwei österreichische Selbstexperimente analysiert. In Salzburg und der Steiermark verpflichteten sich insgesamt 11 Familien, sich ein halbes Jahr lang nur von regionalen Produkten aus ihrem Bundesland zu ernähren. In weiterer Folge werden diese beiden Projekte kurz vorgestellt.

Steiermark: *Steirisch Essen*

Die ursprüngliche Projektidee ging von Mag. Robert Breitler (Redakteur der „Kleinen Zeitung“) aus. Drei steirische Familien sollten sich 6 Monate lang ohne importierte Lebensmittel ernähren und dabei versuchen, beim Lebensmitteleinkauf und beim Essen auf steirische Produkte zurückzugreifen. Vorrangig ging es dabei nicht um Verzicht – weiterhin erlaubt waren unverzichtbare Lebensmittel, die hierzulande überhaupt nicht produziert werden (etwa Pfeffer, Kakao oder Kaffee). Die teilnehmenden Familien schrieben auf der „Kleine Zeitung“-Homepage in einem Blog regelmäßig über alles, was sie in den sechs Monaten erlebt haben: was ihnen leichtgefallen ist, wo sie Schwierigkeiten sehen und was Handel und Produzenten besser machen könnten. Es herrschte ein offener Dialog über positive und negative Aspekte der regionalen Ernährung zwischen den teilnehmenden Familien, einem Ernährungsexperten, RedakteurInnen der „Kleinen Zeitung“, einer Vertreterin der Landwirtschaftskammer, einem Spitzenkoch und interessierten LeserInnen.

Das Projekt fand zwischen 15. August 2011 und 15. Februar 2012 statt. Die Auswahl der Experiment-Familien erfolgte über Aufrufe in der „Kleinen Zeitung“. Bemerkenswert ist, dass sich über 100 Familien für das Projekt *Steirisch Essen* beworben haben. Redaktionell wurden daraufhin zehn Familien ausgewählt, aus denen wiederum die LeserInnen der „Kleinen Zeitung“ drei Familien wählen durften, die letztendlich an der Aktion teilnahmen (Pilch 2014). Neben den drei ausgewählten Familien nahm auch Redakteur Robert Breitler selbst an der Aktion teil und ernährte sich 6 Monate lang regional.



Abb. 1: Die steirischen Experiment-Familien und Redakteur Robert Breitler.

(<http://steirischessen.kleinezeitung.at> [28.12.2015])

Zwei Monate nach Ende des Projekts *Steirisch Essen* startete ein ähnliches Projekt in Salzburg namens *Wir essen nur Regionales*.

Salzburg: *Wir essen nur Regionales*

Die Idee für das Projekt stammte von Daniela Wallner (Landwirtschaftskammer Salzburg), die das Projekt in der Steiermark mit großem Interesse verfolgte. Initiiert wurde *Wir essen nur Regionales* anschließend vom Salzburger Agrarmarketing, einem Verein zur Stärkung heimischer landwirtschaftlicher Produkte. Das Ziel war es wie in der Steiermark, dass Familien sechs Monate bestmöglich nur Salzburger Produkte kaufen, verarbeiten und konsumieren. Wie in der Steiermark sollte das Projekt aufzeigen, ob eine regionale Ernährung möglich ist und wo die Idee regional und saisonal an ihre Grenzen stößt. Beide Aktionen verfolgten also dasselbe Ziel.

Der Zeitraum des Salzburger Projekts war der 26. April bis 15. Oktober 2012. Im Gegensatz zur Steiermark fand das Projekt in Salzburg also nicht während der Wintermonate statt.

Die positiven und negativen Erfahrungen der sieben Experiment-Familien wurden zweiwöchentlich in den Bezirksblättern sowie auf der Bezirksblätter-Homepage veröffentlicht. Ein offener Dialog zwischen Teilnehmer-Familien, Experten und LeserInnen fand in Salzburg nicht statt. Die Familien teilten ihre Erfahrungen den Reportern mit oder schrieben online eigene Beiträge.

Die Familien haben sich über einen Aufruf der Bezirksblätter bewerben können und wurden daraufhin vom Salzburger Agrarmarketing ausgewählt. Eine genaue Anzahl an BewerberInnen ist nicht bekannt, jedoch waren die Anmeldungen keineswegs so zahlreich wie in der Steiermark. Eine Familie für jeden Bezirk zu finden, war angeblich nicht einfach.



Abb. 2. Die Salzburger Experiment-Familien. (Auszug) (www.meinbezirk.at/themen/wir-essen-nur-regionales.html) [28.12.2015]

Bei diesen beiden Projekten handelt es sich also nicht um Labor- oder Feldexperimente (Bortz und Döring 2006). Es erfolgte keine Zufallsauswahl der TeilnehmerInnen, da die Projekte nicht wissenschaftlich durchgeführt wurden und zum Zeitpunkt der vorliegenden Untersuchungen bereits abgeschlossen waren. Auf die Auswahl der TeilnehmerInnen, als auch auf die Durchführung der Selbstversuche konnte daher kein Einfluss genommen werden. Aufgrund der vorangegangenen Bewerbungen der Familien, ist davon auszugehen, dass die TeilnehmerInnen von Beginn an eine positive Einstellung gegenüber regionaler Ernährung hatten. Somit wird angenommen, dass eine *Selbstselektion der TeilnehmerInnen* statt ge-

funden hat. Nach Bortz und Döring (2006, 524ff.) basieren die Experimente daher nicht auf Randomisierung, d.h. der zufälligen Zuordnung von Personen zu Untersuchungsbedingungen. Schwachpunkt quasiexperimenteller Untersuchungen ist, dass die Ergebnisse mehr Erklärungsalternativen zulassen als die Ergebnisse rein experimenteller Untersuchungen, d.h., sie haben eine geringere interne Validität. Anders als im Experiment unterscheiden sich die Untersuchungs-TeilnehmerInnen nicht nur im Bezug auf eine unabhängige Variable, sondern möglicherweise im Bezug auf viele weitere Variablen. Es bleibt somit offen, welche Variablen die registrierten Effekte tatsächlich bewirken. Die mögliche Beeinflussung der Ergebnisse durch die Selbstselektion wird durch Kontrollgruppen abgefedert und bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt.

1.3. Ziele und Forschungsfragen

Viele Studien (wie Holdsworth et al. 2009; Roininen et al. 2005; Spiller 2012) beschäftigen sich mit Kaufmotiven, Erwartungen und Wahrnehmungen hinsichtlich regionaler Lebensmittel. Es lassen sich jedoch keine Studien finden, welche sich mit praktischen Erfahrungen regionaler Ernährung befassen. Diese Arbeit soll daher einen Beitrag zur dieser Forschungslücke leisten und konkret auf folgende Forschungsfragen eine Antwort finden:

- 1) Welche *Motive und Barrieren* erleben KonsumentInnen aus Salzburg und der Steiermark im Zuge ihrer Selbstversuche, sich ausschließlich von regionalen Lebensmitteln zu ernähren?
 - a) Wie unterscheiden sich Motive und Barrieren aus den Selbstversuchen von Motiven und Barrieren aus der wissenschaftlichen Literatur?
 - b) Zur Identifikation möglicher Selbstselektionseffekte werden den Experiment-Familien Kontroll-Familien gegenübergestellt. Nehmen Kontroll-Familien andere Motive und Barrieren wahr als die Experiment-Familien? Welche Unterschiede gibt es zwischen diesen beiden Untersuchungsgruppen?
 - c) Welche Unterschiede zeigen sich zwischen den Bundesländern oder Regionen? Worauf sind diese zurückzuführen?
 - d) Lassen sich in Hinblick auf regionale Ernährung verschiedene Typen von KonsumentInnen unterscheiden?
- 2) Zeigen sich *langfristige Lerneffekte* bei den Familien durch die Selbstversuche?
 - a) Was haben die Experiment-Familien aus den Projekten gelernt und welche Überraschungen haben sie erlebt?
 - b) Welche Veränderungen ergaben sich durch den Selbstversuch nach Ende der Projekte im Alltag der Familien? Ernähren sie sich bis heute regional oder sind sie in alte Verhaltensmuster zurückgefallen?

- 3) Wie unterscheiden sich beide Bundesländer hinsichtlich regionaler *Versorgungsstrukturen* und den regional erhältlichen *Produkten*?
 - a) Welche Vor- und Nachteile haben regionale Versorger aus Sicht der KonsumentInnen? Was wünschen sie sich für ihre Versorgungssituation?
 - b) Haben Kontroll-Familien ein Informationsdefizit bezüglich Versorgungsstrukturen? Haben Experiment-Familien durch die Selbstversuche mehr Wissen über regionale Versorgungsstrukturen?
 - c) Welche Produkte sind schwer oder leicht erhältlich? Musste auf Produkte verzichtet werden?
 - d) Können aufgrund der unterschiedlichen Projektzeiträume der Selbstversuche Unterschiede in der Wintervorbereitung festgestellt werden?

1.4. Begriffsdefinition: Regionale Lebensmittel

In der Literatur findet sich keine einheitliche Definition für regionale Lebensmittel. Auch für das Konzept lokaler Lebensmittelsysteme (*Local Food Systems*) gibt es keine allgemein gültige Definition (Schönhart et al. 2009, 176; Roininen et al. 2006, 20). Ermann (2005, 52ff.) erläutert hierzu verschiedenste Regionalitätskonzepte. Resümiert abschließend jedoch ebenfalls, dass sowohl in der Alltagskommunikation als auch in wissenschaftlichen Diskursen über Regionalität ein uneinheitliches Begriffsverständnis vorzufinden ist. Einmal wird Regionalität im formal-räumlichen und ein anderes Mal im übertragenen, metaphorischen Sinne einer sozioökonomischen Netzwerk-Nähe gebraucht. Meistens wird Regionalität aber mit geografischer Nähe und persönlichen Interaktionen entlang der Wertschöpfungskette in Verbindung gebracht (Schönhart et al. 2009, 176). Laut Kaliwoda (2007, 26) stammt ein regionales Produkt nicht nur aus einer bestimmten Region, sondern diese Herkunft wird den Verbrauchern auch kommuniziert. Die Herkunft regionaler Produkte ist im Allgemeinen transparent und nachvollziehbar. Bei unverarbeitetem Obst oder Gemüse trifft diese Annahme zu, doch schon bei unverarbeitetem Fleisch ist die regionale Herkunft nicht mehr eindeutig definierbar. Bezieht sich diese auf den Sitz des Mastbetriebes, auf den Geburts- oder Schlachtort oder auch auf den Futtermittelbezug? Bei verarbeiteten Produkten wird die regionale Herkunftsbezeichnung noch intransparenter. Eine klare Abgrenzung, wann es sich um ein regionales Lebensmittel handelt und wann nicht, ist nur schwer möglich.

Im Hinblick auf eine eindeutige Begriffsbestimmung ist von Dorandt (2005, 267f) ein Definitionsvorschlag für regionale Lebensmittel entwickelt worden:

- Hierbei handelt es sich um Lebensmittel, die in einer bestimmten Region erzeugt, verarbeitet, veredelt, ggf. verpackt, entsprechend gekennzeichnet sowie dort abgesetzt werden.
- Die Region ist dabei als „Raumeinheit innerer Homogenität“ (Hausladen 2001, 6) zu begreifen, die mit den Vorstellungen der KonsumentInnen möglichst übereinstimmen sollte (höchstmögliche Identifikation).
- Ein regionales Lebensmittel sollte zudem mindestens ein Qualitätskriterium aufweisen, durch das es sich vom konventionellen (i.S.v. nicht-regionalen) Maßstab abhebt, beispielsweise bezüglich des Anbauverfahrens, seiner Umweltverträglichkeit, des Tierschutzes oder eines speziellen/traditionellen Herstellungsverfahrens.

Die Begriffsbestimmung für diese Masterarbeit lehnt sich an die eben dargestellte Definition nach Dorandt (2005) an, ergänzt diese jedoch angelehnt an die Selbstexperimente wie folgt: Unter regionalen Lebensmitteln werden vorrangig Lebensmittel bezeichnet, die im jeweili-

gen Bundesland (Salzburg oder Steiermark) erzeugt, verarbeitet sowie dort abgesetzt werden. Die Projektverantwortlichen haben diese Regionsgrenze derart definiert. Durch die subjektive Wahrnehmung der einzelnen Experiment-Familien und die geografische Nähe zu benachbarten Bundesländern wird diese Regionsgrenze jedoch unscharf. Während der Projekte haben viele Familien eine für sich sinnvolle Regionsabgrenzung definiert. Eine Familie aus dem Lungau erwähnt in diesem Zusammenhang:

Wir haben 5 km weiter Kärnten, 5 km weiter die Steiermark. Das heißt Salzburg [Stadt] mit 150 km ist für uns nicht wirklich sinnvoll. Wenn regional dann muss es zumindest österreichisch sein. Das ist für uns einfach tragbarer, in der Region, weil einfach die Bundesländer so nahe sind.

Eine klare Abgrenzung der Begriffe fiel also auch den Familien im Alltag schwer.

1.5. Aufbau der Arbeit

Zu Beginn wird ein Überblick zum Untersuchungsdesign der vorliegenden Arbeit gegeben. Der gesamte Forschungsablauf wird im Detail erläutert. Anschließend wird der derzeitige Stand des Wissens dargestellt. Mittels einer Literaturanalyse werden Motive und Barrieren der regionalen Ernährung definiert. Ergänzend zur Literaturanalyse werden Beispiele aus den Medien dargestellt, die ebenfalls über Erfahrungen mit einer ausschließlich regionalen Ernährung berichten. Bevor die Ergebnisse der empirischen Analyse vorgestellt werden, werden Material und Methodik der Arbeit genauer erörtert. Der empirische Teil dieser Arbeit setzt sich aus Dokumentenanalyse, halbstandardisierten Interviews, der Q-Methode und Mind-Maps der Versorgungsstrukturen zusammen. Abschließend erfolgen die Diskussion der Ergebnisse, die methodische Kritik, die Beantwortung der Forschungsfragen, Schlussfolgerungen und ein Forschungsausblick.

2. UNTERSUCHUNGSDESIGN

Das folgende Kapitel zeigt das Untersuchungsdesign und den Forschungsablauf der gesamten Arbeit. Es soll ein Einblick gegeben werden, wie die Ergebnisse unter Einbeziehung von Literatur und qualitativen Forschungsmethoden generiert werden. In Abbildung 3 sind die einzelnen Schritte des Untersuchungsdesigns graphisch dargestellt, die sodann näher erläutert werden.

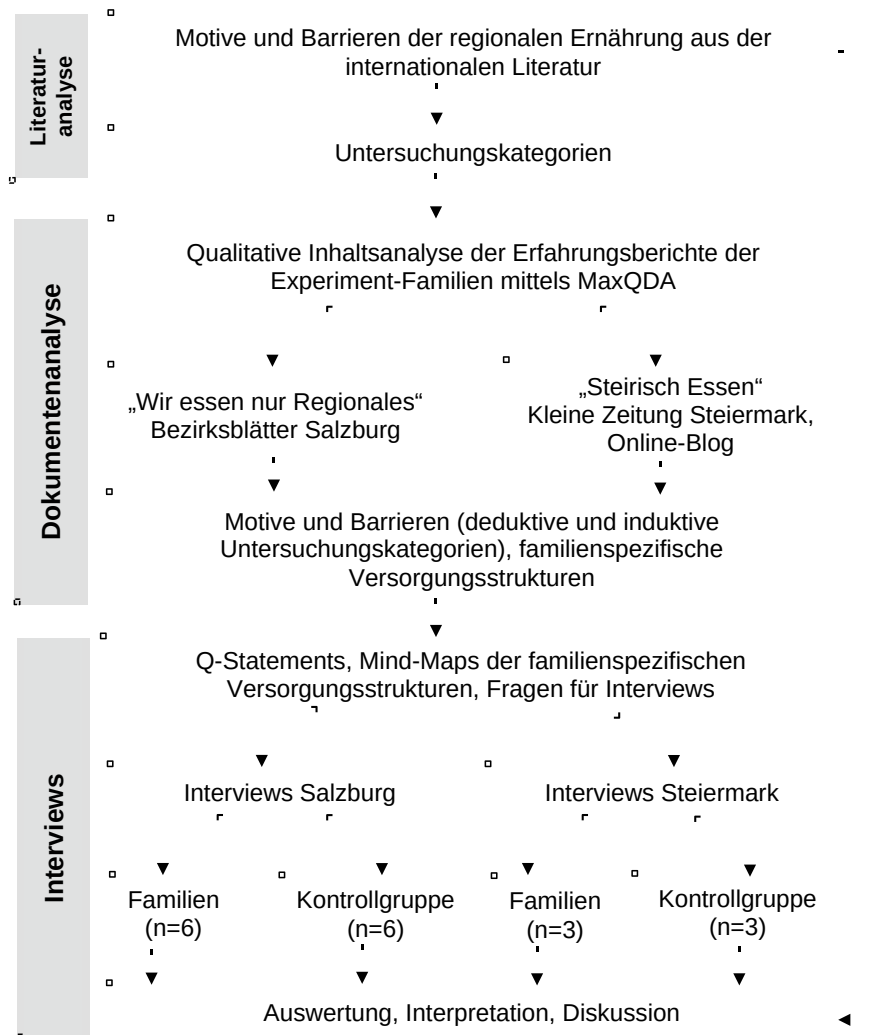


Abb. 3: Untersuchungsdesign. (Eigene Darstellung)

Am Beginn des Forschungsablaufs stehen die Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Literatur. Wie in Kapitel 3.3 ersichtlich, können anhand der Literaturanalyse Motive und Barrieren der regionalen Ernährung abgeleitet werden. Die daraus zusammengefassten deduktiven Untersuchungskategorien (siehe Tab. 2 und Tab. 3) dienen in weiterer Folge als Basis für die Dokumentenanalyse. Anhand der beiden Fallbeispiele aus Salzburg und der Steiermark kann ein Vergleich zwischen Motiven und Barrieren aus der Literatur und praktischen Erfahrungen aus Selbstexperimenten gezogen werden. Die Dokumentenanalyse soll erste Rückschlüsse zulassen, ob die praktischen Erfahrungen der KonsumentInnen mit allgemeinen Motiven, Wahrnehmungen und Assoziationen von Konsumentenbefragungen aus der Literatur übereinstimmen. Durch die Dokumentenanalyse können die deduktiven Untersuchungskategorien mit induktiven Motiven und Barrieren ergänzt werden. Diese Untersuchungskategorien, aus Literatur und praktischen Erfahrungsberichten werden anschließend

zur Formulierung der sogenannten Q-Statements für die Q-Methode herangezogen. Zusätzlich dienen offen gebliebene Fragen und Themen, die aus der Dokumentenanalyse hervorgehen, zur Formulierung der Interview-Fragen.

Wie eingangs erwähnt, ging dieser Masterarbeit eine Seminararbeit voraus, im Zuge derer die Dokumentenanalyse für das Fallbeispiel Salzburg durchgeführt wurde (Kirchdorfer 2013). Die Ergebnisse dieser Seminararbeit ließen Rückschlüsse auf zwei wesentliche ergebnisverfälschende Faktoren zu: einerseits *Selbstselektion der TeilnehmerInnen* und andererseits allenfalls *soziale Erwünschtheit* bei den Selbstberichten. Die Dokumentenanalyse der Seminararbeit zeigt eine überaus positive Tendenz bei den Erfahrungen der Experiment-Familien. Zurückzuführen könnte dies auf die grundsätzlich positive Einstellung der Beteiligten gegenüber regionaler Ernährung sein. Familien, die sich für das Experiment gemeldet haben, sind am Thema regionaler Ernährung interessiert und „wollen das Experiment schaffen“. Gewissermaßen hat dadurch eine Selbstselektion der TeilnehmerInnen stattgefunden. Ein weiterer Grund könnte die Veröffentlichung sein. Da die Erfahrungen der Familien nicht anonym erhoben wurden, sondern namentlich veröffentlicht, könnten die Familien dazu geneigt gewesen sein, positive Aspekte zu nennen, um nicht „zu versagen“. Aus Sicht der Sozialwissenschaften wird dieses Phänomen durch den Begriff der *sozialen Erwünschtheit* nach Bortz und Döring (2006, 232f.) erklärt. Soziale Erwünschtheit liegt dann vor, wenn Befragte Antworten geben, von denen sie glauben, sie trafen eher auf soziale Zustimmung.

Um dem Faktor der sozialen Erwünschtheit entgegenzutreten, werden an die Dokumentenanalyse anschließend halbstandardisierte Interviews mit den beteiligten Familien durchgeführt. Ein anonymes Gespräch in gewohnter Atmosphäre soll den Beteiligten helfen, offen über ihre Erfahrungen zu berichten, die anschließend ohne öffentliche Wertung analysiert werden können.

Laut Bortz und Döring (2006, 526) wird der Einfluss von personengebundenen Störvariablen irrelevant, wenn die Störvariablen in den Vergleichsgruppen ähnlich ausgeprägt sind. Dies wird durch Parallelisierung der Vergleichsgruppen erreicht. Um die Störvariable der Selbstselektion zu entkräften, wird deshalb zu jeder Familie, die am Selbstexperiment teilgenommen hat, eine unbefangene Kontroll-Familie mit ähnlichen demographischen Merkmalen aus dem selben Ort zum Thema regionaler Ernährung befragt. Hierbei sollen wiederum Motive und Barrieren der regionalen Ernährung eruiert werden sowie der Wissensstand über die Versorgungsstrukturen bei regionalen Lebensmitteln aufgezeigt werden. Dies wird unter anderem mittels Mind-Maps von Versorgungsstrukturen erhoben. Die Ergebnisse der Kontroll-Familien werden mit den praktischen Erfahrungen der Experiment-Familien verglichen. Um die qualitativen Ergebnisse aus den halbstandardisierten Interviews noch mit semiquantitativen Auswertungsmöglichkeiten zu ergänzen, wird mit den Experiment-Familien sowie mit den Kontroll-Familien die Q-Methode durchgeführt werden.

Abschließend werden die Ergebnisse aus der empirischen Analyse – aus der Dokumentenanalyse, der qualitativen Interviews, der Q-Methode und der Mind-Maps – interpretiert und diskutiert. Bevor in Kapitel 4 auf die soeben erwähnte Methodik im Detail eingegangen wird, wird vorerst der Stand des Wissens zum Thema regionaler Ernährung aus Konsumentensicht dargestellt.

3. STAND DES WISSENS ZUR REGIONALEN ERNÄHRUNG

Im folgenden Kapitel wird ein Einblick in die Literaturanalyse gegeben. Zu Beginn wird das Konzept der lokalen Lebensmittelsysteme charakterisiert. Anschließend werden Motive sowie Barrieren der regionalen Ernährung aus bereits existierenden Studien ermittelt.

3.1. Konzept: Local Food Systems

Lebensmittelkonsum und -produktion haben sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert. Einige Merkmale der heutigen Wertschöpfungskette von Lebensmitteln sind nach Schönhart et. al. (2009) die Rationalisierung und Spezialisierung der agrarischen Produktion und der Lebensmittelverarbeitung, die lokale Konzentration von Lebensmittelvertrieb, hoch entwickelte Distributionssysteme und längere geografische Distanzen zwischen Produzent und Konsument. Lokale Lebensmittelsysteme waren bis ins 20. Jahrhundert das Standard-Lebensmittelsystem für die Mehrheit der Bevölkerung, spielen aber heute in industrialisierten Ländern nur noch eine untergeordnete Rolle. Diese Veränderung wurde erst durch Innovationen in Logistik und Lebensmittelverarbeitung und nicht zuletzt durch die veränderten Konsumentenpräferenzen ermöglicht (Schönhart et al. 2009, 176). Winter (2003) erwähnt, dass der treibende Faktor, um weg von homogenisierten Produkten der globalen Agrar-Lebensmittelindustrie zu gehen, vor allem die Bedenken der KonsumentInnen sind. Landwirte und KonsumentInnen zeigen durch ihre Teilnahme an alternativen Lebensmittelsystemen ein starkes Interesse, sich den Herausforderungen des globalisierten Agrar-Lebensmittel-Komplexes zu stellen. Den KonsumentInnen sind die menschliche Gesundheit und Lebensmittelsicherheit, die Konsequenzen der globalisierten und industrialisierten Landwirtschaft auf die Umwelt, der Tierschutz und fairer Handel ein Anliegen.

Alternative Lebensmittelnetzwerke unterscheiden sich vom konventionellen Lebensmittelsystem in ihrer Organisationsstruktur, der landwirtschaftlichen Bewirtschaftung, in räumlichen Gegebenheiten, der Wertschöpfungskette, in der politischen Unterstützung und besonders in ihrem Fokus auf die Qualität von Lebensmitteln. Diese Qualität kann sowohl soziale, kulturelle, ethische, ökonomische, als auch ökologische Aspekte beinhalten (FAAN, 2010).

Wie bereits erwähnt, gibt es weder für regionale Lebensmittel noch für das Konzept *Local Food System (LFS)* eine gesetzliche – wie bei Bio-Lebensmittel – oder eine universell anerkannte Definition (Martinez et al. 2010, 3). Neben dem Konzept *der geografischen Nähe* zwischen Produzent und Konsument gibt es für lokale Lebensmittelsysteme weitere Charakteristika, wie die Bereitschaft zu sozialer Kooperation, Stärkung der lokalen Wirtschaft sowie engen geografischen aber auch sozialen Bindungen zwischen Produzent und Konsument. Allen et al. (2003, 63) verdeutlicht dies in folgendem Zusammenhang:

Localizing food seems to manifest both oppositional and alternative desires, providing an opportunity for directly personal relationships between producers and consumers and allowing people to express their sense of responsibility to the natural world and themselves within it [...]. These relationships construct value and meaning in food, not only the physical product itself.

Nach Martinez et al. (2010, 4) beziehen KonsumentInnen „die Geschichte hinter dem Produkt“ mit ein, wie die Persönlichkeit des Landwirtes, die Attraktivität des landwirtschaftlichen Betriebes oder die umwelt- und tierfreundliche Bewirtschaftungsweise. Ist für einen KonsumentInnen eine tierfreundliche Bewirtschaftung von hohem Stellenwert, schließen sie Produkte, die zwar aufgrund der geografischen Nähe als regional gelten würden, von ihrer Definition aus.

Martinez et al. (2010) versucht aufgrund der Schwierigkeit einer einheitlichen Definition, eine Typologie lokaler Lebensmittelmärkte darzustellen. Laut Martinez et al. (2010) gibt es zwei Typen von lokalen Lebensmittelmärkten: *direct-to-consumer*, wo eine Transaktion direkt vom Landwirt zum KonsumentInnen statt findet und *direct-to-retail/foodservice*, wo Landwirte ihre Produkte an Restaurants, Verkaufsstätten, und öffentliche Institutionen wie Schulen verkaufen. Orte für *direct-to-consumer*-Verkauf sind: Bauernmärkte, CSAs (*Community Supported Agriculture*), Hofverkäufe oder Verkaufsstände und Selbstabhol- oder Automaten-Systeme. Eigener Anbau im Garten oder der Austausch mit Nachbarn, Gemeinschaftsgärten oder das Sammeln und Jagen sind zwar keine Marktstätten von regionalen Produkten, stellen aber trotzdem eine wichtige Quelle für die Versorgung mit regionalen Lebensmitteln dar (Martinez et al. 2010, 5ff.).

Eine Europäische Studie (FAAN, 2010) erwähnt in diesem Zusammenhang noch weitere Formen von LFS:

- Jährliche Events oder Veranstaltungen über regionale Spezialitäten
- Bauernläden: betrieben von mehreren Landwirten mit einer großen Produktpalette
- Box-Systeme: Kunden bekommen meist regionales und saisonales Obst oder Gemüse geliefert
- Catering Services

Lokale Lebensmittelsysteme stellen ein alternatives System zur herkömmlichen globalisierten Agrar-Industrie dar. Der Lebensmittelhandel versucht dem Trend der Regionalität mit sogenannten „Regional-Ecken“ in Supermärkten nachzukommen um dem vermehrten Wunsch der KonsumentInnen nach Nähe, Vertrauen und Transparenz über die Herkunft der Lebensmittel gerecht zu werden. Dennoch sind regionale Lebensmittel kaum über die herkömmlichen Versorgungsstrukturen zu beziehen. Die Charakterisierung von LFS zeigt, dass soziale Netzwerke und die Information über alternative regionale Bezugsquellen für eine regionale Ernährung von großer Bedeutung sind.

3.2. Motive und Barrieren regionaler Ernährung in der Literatur

Ziel der Literaturanalyse ist es, neben der theoretischen Einbindung dieser Arbeit, Motive und Barrieren der regionalen Ernährung abzuleiten. Die erhältlichen Studien zum Thema regionaler Ernährung aus KonsumentInnensicht beinhalten meist qualitative Analysen über Wertvorstellungen, Wahrnehmungen, Assoziationen, Beweggründen sowie Barrieren hinsichtlich dem Kauf von regionalen Produkten. Die Methoden reichen dabei von Interviews, über Fokusgruppen, Satzergänzungstest bis hin zu länderweiten Befragungen (vgl. u.a. Chambers et al. 2007; Kaliwoda 2007; McIntyre und Rondeau 2011; Roininen et al. 2005; Spiller 2012; Tregear et al. 2003). Die Ergebnisse dieser Arbeiten zeigen vorwiegend Kaufmotive. Ebenfalls werden Konsumenteneinstellungen erhoben, also welche positiven und negativen Aspekte KonsumentInnen mit regionalen Lebensmitteln assoziieren. In den meisten Studien (siehe Tabelle 1) wird also versucht, das Konsumentenverhalten näher zu verstehen. Chambers et al. (2007) hebt unter anderem die Barrieren hervor, die KonsumentInnen davon abhalten, mehr regionale Produkte nachzufragen. In Dorandt und Leonhäuser (2001) wurden rund 500 Haushalte zu ihrem Einkaufsverhalten befragt. Die Studie liefert sehr detaillierte Auskünfte über Erwartungen, Kaufmotive, Informationsverhalten und Mehrpreisakzeptanz von KonsumentInnen gegenüber regionalen Lebensmitteln.

Nur eine erhobene Pilotstudie nach Rose et al. (2008) berichtet von einem ähnlichen Experiment, wie die Fallstudien dieser Arbeit, in dem sich 19 ProbandInnen aus Virginia (USA)

4 Wochen lang nur von regionalen Lebensmitteln im Umkreis von 100 Meilen ernährten. Diese Studie verfolgte mit diesem Experiment jedoch das Ziel die ernährungsphysiologischen Auswirkungen einer regionalen Ernährung, wie bspw. Gewichtsreduktion oder Zufuhr von Nährstoffen, zu eruieren. Die Erfahrungen, Motive und Barrieren der TeilnehmerInnen wurden nicht erhoben. In anderen vorliegenden Studien wurden allerdings keine derartigen langfristigen Selbstexperimente und tatsächlich erlebte Erfahrungen analysiert. Lediglich die beiden Studien von Holdsworth et al. (2009) und McIntyre und Rondeau (2011) lassen als eine der wenigen einen praktischen Zugang vermuten. McIntyre und Rondeau (2011) dokumentieren negative Erfahrungen kanadischer Bäuerinnen durch Selbstversorgung. Holdsworth et al. (2009) beschäftigt sich mit der Motivation von KonsumentInnen, die regionale und biologische Gemüseboxen beziehen. Auch hier lässt sich eine Verbindung zu praktischen Erfahrungen der Kunden herstellen.

Für andere Studien, wie bspw. Alvensleben (1999), BMFLUW (2010), Dorandt und Leonhäuser (2001) oder Teuber (2010), kann ein Bezug zu konkreten Erfahrungen nicht festgestellt werden. Die Konsumentenmotive dieser Studien wurden teils mit umfangreichen landesweiten Erhebungen (Stichprobengrößen bis zu 500 ProbandInnen) durchgeführt. Es wird davon ausgegangen, dass praktische Erfahrungen hier nur einen sehr geringen Einfluss auf die Antworten der KonsumentInnen hatten, sondern vor allem Assoziationen und Wertvorstellungen. Ein experimenteller Zugang im Sinne einer ausschließlichen oder vorwiegenden regionalen Ernährung konnte bei keiner dieser Studien festgestellt werden.

Beim Versuch, der Frage nachzugehen, welche Gründe dafür sprechen, regional zu essen, wird man mit der Problematik der subjektiven und objektiven Wertschätzung konfrontiert (Ermann 2002, 129). Die subjektive Wahrnehmung wird von vielen Faktoren beeinflusst. Alvensleben (1999) deutet auf das Modell von Obermiller/Spangenberg (1989) hin, das eine Analyse des *Country-of-Origin-Effektes* zeigt. In diesem Modell wird zwischen kognitiven, affektiven und normativen Prozessen unterschieden, die über eine Reihe von personenbezogenen und situationsbezogenen Variablen die Wahrnehmung von Herkunftsinformationen steuern. Beispielsweise schließt der Verbraucher im kognitiven Prozess von der Herkunftsinformation auf andere Produkteigenschaften.

Im normativen Prozess werden Kaufabsichten durch persönliche oder soziale Normen, die sich auf das Herkunftsland beziehen, dominiert. So können diese Normen ein Nationalbewusstsein oder die empfundene Verpflichtung zur Unterstützung der heimischen Wirtschaft hervorrufen. In diesem Fall werden Produkte ohne Rücksicht auf andere Produkteigenschaften gekauft bzw. nicht gekauft. Aufgrund dieses Verantwortungs- oder Solidaritätsgefühls können kollektive Werte regionaler Produkte (wie bspw. die Minimierung der Verkehrsbelastung oder Erhalt von Produktionsstrukturen) auch als subjektiver Wert – also als eigener Nutzen – eingeschätzt werden und so das individuelle Kaufverhalten beeinflussen (Ermann 2002, 130). Kollektive Werte lassen sich jedoch genauso wenig verallgemeinern, wie subjektive Werte. So bedeuten kurze Wege nicht per se weniger Verkehrsbelastung. Gleiches gilt für die Erhaltung von (als kulturell wertvoll erachteten) Produktionsstätten: Soll bei der Förderung von landwirtschaftlichen Betrieben die betriebliche Effizienz oder das *Small-is-beautiful-Prinzip* im Vordergrund stehen (Ermann 2002, 130)? Eine höhere regionsinterne Wertschöpfung ist nach Ermann (2002) auch durch überregionale, exportorientierte Wirtschaftsverflechtungen zu erreichen. Aber warum sollten andere Produzenten aus anderen Regionen unterstützt werden? Hierzu kommt lokalpatriotisches Kirchturmdenken, das wiederum negative Auswirkungen auf eine nachhaltige Regionalentwicklung haben kann (Ermann 2002, 131).

Tab.1: Ausgewählte Literaturquellen für die Zusammenstellung der Untersuchungskategorien. (Eigene Darstellung)

Autor, Jahr	Titel der Studie	Land	Methode	Ausgewählte Kriterien	Motive (+) Barrieren (-)
ALVENSLEBEN, 1999	Verbraucherpräferenzen für regionale Produkte: Konsumtheoretische Grundlagen.	DE	Satzergänzungstest zu Assoziationen	Abb. 6: Assoziationen mit Nahrungsmitteln aus Schleswig-Holstein, S. 8	(+)
BMLFUW, 2010	Lebensmittelbericht Österreich 2010.	AT	GfK Studie	Abb. 6.13: Gründe für den Kauf von Lebensmitteln aus der Region 2010, S. 98	(+)
CHAMBERS et al., 2007	Local, national and imported foods: A qualitative study.	UK	Focus groups	Results, p. 210-212	(+) (-)
DORANDT und LEONHÄUSER, 2001	Aus der Region – für die Region: Förderung eines nachhaltigen Lebensmittelkonsums in privaten Haushalten.	DE	Teil-standardisierte Interviews	Abb. 5: Gründe für die Wahl regionaler Lebensmittel, S. 223	(+)
HOLDSWORTH et al., 2009	Motivations of consumers that use local, organic fruit and vegetable box schemes in Central England and Southern France.	UK, FR	Questionnaire (box scheme users)	Table 3, p. 186	(+) (-)
KALIWODA, 2007	Kriterien für regionale Lebensmittel und Fallstudien regionaler Produktketten in Osttirol.	AT	Literaturanalyse, Konsumentenbefragung „Free-Listing“	Tab. 1: Gründe für den Kauf regionaler Lebensmittel, S. 28 Abb. 10: Kriterien für regionale Osttiroler Lebensmittel aus der Sicht von Konsumenten, S. 45	(+)
MARTINEZ et al., 2010	Local Food Systems – Concepts, Impacts, and Issues	USA	Literature review: compilation of various studies (USA)	Appendix A, Table 1: Characteristics and attitudes associated with local food purchase and willingness to purchase, p. 69-71	(+) (-)
MCINTYRE und RONDEAU, 2011	Individual consumer food localism: A review anchored in Canadian farmwomen's reflections.	CA	face-to-face, semi-structured interviews	3. Individual consumer localism: constraints and challenges, p. 118-121	(-)
ROININEN et al., 2005	Exploring consumers' perceptions of local food with two different qualitative techniques: Laddering and word association.	FI	Laddering and word association	Table 1: Association categories and examples of individual associations, p. 23 Fig. 2. Hierarchical value map of locally produced foods, p. 25	(+) (-)
SPILLER, 2012	It tastes better because ... consumer understandings of UK farmers' market food	UK	semi-structured interviews	Results, p. 103-105	(+) (-)
TEUBER, 2010	Warum werden regionale Qualitätsprodukte gekauft und von wem?	DE	Deutschlandweite Verbraucherstudie	Abb. 1: Gründe für den Kauf von regionalen Produkten, S. 71	(+)
ZEPEDA und LEVITEN-REID, 2004	Consumers' Views on Local Food	USA	Focus groups	Results, p. 2-4	(+)

Tab. 2: Motive regionaler Ernährung aus der Literatur. (Eigene Darstellung basierend auf Tab. 1)

Motive regionaler Ernährung		
Produkteigenschaften		
Frischer	Bessere Qualität	Besserer Geschmack
Gesünder	Unverfälscht	Bio
Spezialität der eigenen Region	Gentechnisch nicht verändert	Keine Hormone im Fleisch
Ohne chemischen Zusätze	Gutes Essen für Familie, Kinder	Angemessener Preis Billiger (USA), in der Saison billiger Günstiger als importierte Produkte Relativ guter Preis Better value for the money
Produktionseigenschaften		
Natürlichere Produktion Naturnah, Natürlichkeit	Handwerkliche, „kleine“ Produktion	Tierfreundliche Produktion
Mehr Vertrauen Transparenz („wissen, woher's kommt") Zum Produzenten zurück-zuverfolgen	Sicherheit kontrolliert, strenge gesetzliche Vorschriften Hygienisch	Auswahl der Produkte, Produktpalette
Umweltbezogene Motive		
Umweltfreundlich	Kürzere Transportwege, Klimaschutz	Nachhaltige Landnutzung
Soziale Motive		
Unterstützung der heimischen Landwirtschaft	Erlebniserfahrung (shopping experience): Einkaufen gehen auf Bauernmarkt, Unterhaltung (entertainment)	Den eigenen Kindern die Herkunft des Essens zeigen können; den Kindern zeigen, woher die Lebensmittel stammen
Unterstützung der Wirtschaft in der eigenen Region Arbeitsplätze erhalten	Regionale Produkte essen bedeutet viele Erinnerungen, es hat einen Sinn	Beziehung zu den Bauern, ein Teil davon sein, persönliche Interaktion
Identifikation mit der Region		

Es gibt also keine pauschal gültigen Zusammenhänge, welche Vorteile regionale Produkte gegenüber anderen Produkten haben. Ermann (2002) beleuchtet dies aber auch in gegensätzlicher Richtung:

Ein Produkt zeichnet sich nicht deshalb mit hoher Qualität, Transparenz, persönlicher Beziehung zum Hersteller oder seinem Beitrag zu umwelt- und sozialverträglichen Produktionsstrukturen aus, weil es „regional“ ist, sondern es kann deshalb als „regional“ bezeichnet werden, weil es genau solche Kriterien erfüllt.

Die Literaturanalyse zeigt keine Hinweise darauf, dass bereits praktische Erfahrungen von langfristigen Selbstversuchen mit regionaler Ernährung erhoben wurden. Infolgedessen werden die erhobenen Konsumenteneinstellungen und -assoziationen zu regionalen Lebensmitteln als Datengrundlage herangezogen. In Tabelle 1 werden ausgewählte Literaturquellen dargestellt, die für die Erstellung der Untersuchungskategorien (siehe Tabelle 2 und 3) herangezogen wurden. Diese Untersuchungskategorien, bestehend aus Motiven und Barrieren der regionalen Ernährung, werden für den weiteren Forschungsablauf als Kategoriensystem für Dokumenten- und Interviewanalyse sowie für die Ableitung von Q-Statements verwendet.

Aus den Literaturangaben von Tabelle 1 wurden in Tabelle 2 Motive abgeleitet. Des Weiteren wurden in Tabelle 3 Barrieren aus Tabelle 1 zusammengefasst.

Tab. 3: Barrieren regionaler Ernährung aus der Literatur. (Eigene Darstellung basierend auf Tab. 1)

Barrieren der regionalen Ernährung		
Produkteigenschaften		
Hoher Preis, teurer als importierte Produkte	Geringe Produktauswahl Begrenzte Produktion	Variable Produktqualität
Saisonalität – Wunsch auch außerhalb der Saison Produkte zu bekommen	Schlechtes Angebot und Verfügbarkeit im Vergleich zu importierten Produkten	
Beschaffung		
Schwierig Orte zu finden, wo man regionale Produkte kaufen kann, Zugang zu lokalen Landwirten schwierig	Mangelnde Kennzeichnung (Labelling) – schwierige Erkennung von regionalen Produkten	Ungelegener Markt Standort, zu große Entfernung zum nächsten Bauernmarkt, zu weit zu fahren
Nicht alltagstauglich – wegen Zeitmangel und fehlender Möglichkeiten, in Alltag einzubauen	Informationsdefizit – nicht über nahe Bauernmärkte bescheid wissen	Wenig Verbraucherfreundlichkeit, Komfort
Wunsch, den Einkauf an einem Platz zu erledigen	Für Selbstversorgung fehlt es an Motivation – viel Arbeitszeit notwendig	Selbstversorgen, selbst anbauen ist teuer
Mangelnde Öffnungszeiten	Notwendige Organisation	Hoher Zeitaufwand

Tabellen 2 und 3 zeigen Motive und Barrieren für regionale Ernährung aus der Literatur. Laut Tabelle 1 überwiegt die Anzahl an Studien, die sich auf positive Assoziationen zu regionalen Lebensmitteln fokussieren. Lediglich eine Studie nach McIntyre und Rondeau (2011) befasst sich ausschließlich mit Barrieren und Herausforderungen. Des Weiteren zeigt Tabelle 1, dass Studien aus unterschiedlichsten Ländern, mit verschiedenen Methoden und unterschiedlichen Forschungsgegenständen, vorliegen. Bei den Daten existierender Studien handelt es sich meist um qualitative Analysen. Die Vielfalt dieser unterschiedlichen Methoden und Forschungszugänge, lässt ein umfangreiches Bild zu, das als fundierte Basis für die weitere Untersuchung dient.

Da sich die im obigen Kapitel erwähnten Studien nur sehr vereinzelt mit praktischen Erfahrungen der regionalen Ernährung beschäftigen, werden im folgenden Kapitel ergänzende Beispiele aus den Medien dargestellt.

3.3. Weitere Beispiele zu Selbstversuchen mit regionaler Ernährung aus den Medien

Es handelt sich um ein interessantes Phänomen: In der wissenschaftlichen Literatur existieren keine Analysen über experimentelle Zugänge zu regionaler Ernährung, in den Medien findet man aber eine Vielzahl von Berichten über Personen, die sich Selbstexperimenten gewidmet haben und sich ausschließlich regional ernährt haben. Reporter, Aktivisten und KonsumentInnen weltweit haben sich bereits mit der Frage *Kann man sich ausschließlich regional ernähren?* beschäftigt. Die folgenden Beispiele sollen das wissenschaftliche Bild der regionalen Ernährung mit Erfahrungen aus der Sicht von Journalisten, Idealisten und experimentierfreudigen KonsumentInnen ergänzen.

Offensichtlich eines der ersten Experimente mit regionaler Ernährung geht auf Gary Paul Nabhan zurück. Im Jahr 2001 wurde das Buch *Coming home to eat* veröffentlicht. Er berichtet darin über seine Erfahrungen sich ein Jahr lang nur von Produkten zu ernähren, die in einem Radius von 220 Meilen um sein Haus in Arizona angebaut, gefischt oder gesammelt wurden (Nabhan 2001). Nach der Veröffentlichung von Nabhans Experiment sollen *Local Food Movements* geradezu explodiert sein (Nabhan 2001).

Im Jahr 2005 begannen die Journalisten Alisa Smith und J.B. MacKinnon in Kanada ein Einjahresexperiment, namens *100-Mile-Diet*. Über ihre Erfahrungen damit, sich ein Jahr lang nur von Produkten aus einem Radius von 100 Meilen zu ernähren, wurde zuerst online berichtet und im Jahr 2007 das gleichnamige Bestseller-Buch „The 100-Mile-Diet“ veröffentlicht (MacKinnon 2007). Zeitgleich, offensichtlich als Reaktion auf die *100-Mile-Diet* in Kanada, entstand in den USA eine sehr bekannte Initiative namens *Locavores*. Diese Gruppe hat ihren Ursprung in San Francisco. Im Jahr 2005 wurde erstmals dazu aufgerufen, sich einen Monat lang nur von regionalen Produkten zu ernähren, die in einem Umkreis von 100 Meilen produziert wurden. Seitdem wird diese Aktion jährlich wiederholt. Manche *Locavores* haben ihr Leben sogar ganzjährig auf einen regionalen Lebensstil umgestellt. Als Beweggründe für deren Aktion weisen die *Locavores* auf die negativen Konsequenzen des globalisierten Lebensmittelsystems für Umwelt, Mensch und Gesundheit hin. Diese seien: lange Transportwege und mangelndes Wissen darüber, wo Lebensmittel herkommen oder wer sie produziert hat, schlichtweg ein Entfernen und Entfremden der eigenen menschlichen Rolle in der heutigen Lebensmittelversorgung. Ausgedrückt wird dies durch folgendes Zitat: „How many of our children even know what a chicken eats or how an onion grows?“ (Kimmerle und Nath, 2011; The Locavores 2013) In einem Online-Forum¹ tauschen sich *Locavores* über ihre Erfahrungen aus, geben Tipps, wie man beispielsweise ein regionales Thanksgiving-Essen zubereitet oder mit welchen Herausforderungen sie konfrontiert werden.

Im deutschsprachigen Raum lassen sich ebenfalls eine Reihe von Erfahrungsberichten finden: In Anlehnung an die *100-Mile-Diet* in Kanada versuchte auch ein Wiener Reporter namens Michael Huber sich einen Monat lang so regional wie möglich zu ernähren. Er betont dabei in seinem Online-Blog, dass er nicht aussteigen und auch nicht zum kompletten Selbstversorger werden will, sondern weiterhin ein normaler Großstädter bleibt. Huber berichtet, dass seine regionale Kost frischer und herzhafter ist als seine bisher gewohnte Kost. Teilweise fällt es ihm jedoch besonders schwer, seinen 160-Kilometer-Radius rund um Wien einzuhalten (Huber 2008).

In Deutschland versuchte eine Reporterin der „Zeit“, Anne Kunze, sich sieben Wochen lang in Berlin regional zu ernähren. Sie berichtet über „Essen organisieren als logistische Großleistung“ oder alternative Ansätze wie *Biokiste* und *Lebensmittelkooperativen*. In ihrem Fazit spricht sie von einer Überforderung, als sie nach sieben Wochen wieder einen Supermarkt betritt, und dem geweckten Interesse, sich auch in Zukunft überwiegend mit regionalem Obst und Gemüse zu ernähren (Kunze 2011).

Dieser kleine Auszug aus Erfahrungsberichten und Initiativen aus Medien der ganzen Welt zeigt, dass sehr viele Menschen sich bereits mit Selbstversuchen regionaler Ernährung beschäftigt haben. In der untersuchten wissenschaftlichen Literatur ist selbiges dokumentiert.

¹ Online-Forum: www.eatlocalchallenge.com [8.05.2013].

4. MATERIAL UND METHODE

Im folgenden Kapitel wird auf das Material und die qualitativen Methoden im Detail eingegangen. Die vorliegende Arbeit orientiert sich vorwiegend an der qualitativen Forschung.

Qualitative Forschung zeichnet sich dadurch aus, dass sie empirisch und systematisch vorgeht, flexibel an den Forschungsgegenstand angepasst ist und die Rekonstruktion von Bedeutung in den Mittelpunkt stellt. (Hussy et al. 2013, 186)

Daher können qualitative Methoden einen tiefen Einblick in persönliche Motive von KonsumentInnen sowie deren Verhalten geben. Im Vordergrund steht dabei das Beschreiben und Verstehen, wobei vorwiegend die Bedeutung verbaler Daten interpretativ erschlossen werden soll (Hussy et al. 2013, 191f.). Qualitative Methoden legen deshalb den Grundbaustein für das Erfassen und Verstehen subjektiver Einstellungen und Meinungen über den Konsum regionaler Lebensmittel.

Unter dem Gesichtspunkt der methodologischen Triangulation werden im Zuge dieser Arbeit verschiedene Methoden angewandt. Triangulation bezeichnet die Erfassung eines Gegenstands, genauer genommen verschiedener Facetten des Gegenstandes, durch mehrere Methoden (Hussy et al. 2013, 287). Wichtiger als die wechselseitige Validierung (die heute eher kritisch gesehen wird, weil durch die gegenstandskonstituierende Kraft von Methoden die Ergebnisse nicht übereinstimmen können) ist es, die verschiedenen Facetten eines Gegenstandes zu einem vollständigeren Bild zu ergänzen. Eine Methode gleicht die Schwachpunkte einer anderen nicht unbedingt aus (Hussy et al. 2013, 289). Um Erfahrungen zu regionaler Ernährung vollständig abbilden zu können, werden im Anschluss an die Literaturanalyse eine Dokumentenanalyse, darauf aufbauend halbstandardisierte Interviews durchgeführt und die Q-Methode angewendet. Durch die Erweiterung der qualitativen Forschungsmethoden mit den semiquantitativen Ansätzen der Q-Methode können die Stärken qualitativer und quantitativer Methoden kombiniert werden.

4.1. Dokumentenanalyse

Nach Lamnek (2010, 456) werden mit der Dokumentenanalyse Schriftstücke mit einem festen, standardisierten Kategorienschema untersucht. Der Forscher sucht in den einzelnen Dokumenten nach den Ausprägungen vordefinierter Variablen.

Für die Dokumentenanalyse wurden Zeitungsartikel und Online-Beiträge über die Erfahrungen der Experiment-Familien herangezogen. Insgesamt wurden 259 Dokumente mittels MaxQDA analysiert. 116 Dokumente beinhalten Erfahrungen von sieben Familien aus allen Salzburger Bezirken: Stadt Salzburg, Flachgau (Nord und Süd), Tennengau, Pongau, Pinzgau und Lungau. 143 Dokumente beinhalten Erfahrungen von drei Familien und einem Redakteur aus den steirischen Bezirken: Leibnitz, Murau und Hartberg-Fürstenfeld und Graz. Die Zeitungsartikel wurden in Salzburg einerseits zweiwöchentlich in den Bezirksblättern und andererseits auf der Homepage der Bezirksblätter veröffentlicht. Nur wenige Online-Artikel wurden von den Experiment-Familien selbst verfasst, die meisten berichteten ihre Erfahrungen den Reportern der Bezirksblätter und diese verfassten die Artikel. In der Steiermark wurden die Erfahrungsberichte regelmäßig in der „Kleinen Zeitung“ veröffentlicht. Zusätzlich tauschten sich die steirischen Familien untereinander und mit der Öffentlichkeit in einem Online-Blog über ihre Erfahrungen aus. Sehr transparent ist, dass die Autoren bei jedem Artikel angeführt sind. Auffallend ist eine unterschiedliche Bereitschaft zur Berichterstattung der Familien. Diese bewirkt, dass für jede Familie unterschiedlich viele Dokumente vorliegen. In Salzburg sind die meisten Dokumente – 26 Beiträge – sind für die Familie aus

dem Flachgau Nord erhältlich. Im Vergleich dazu, die wenigsten – 9 Beiträge – für die Familie aus dem Tennengau. In der Steiermark sind die meisten Dokumente für die Familie aus dem Bezirk Murau – 47 Beiträge – und die wenigsten von dem Redakteur aus Graz – 18 Beiträge – erhältlich. Ein aussagekräftiger quantitativer Vergleich der Erfahrungen der einzelnen Familien ist also nicht möglich. Bei der folgenden Analyse wird auf diese unterschiedliche Ausgangslage nicht explizit Rücksicht genommen, da es Ziel ist, ein qualitatives Bild über die Erfahrungen der Familien darzustellen.

Die Zeitungsartikel und Online-Beiträge wurden im Programm MaxQDA analysiert. Die Software MaxQDA ermöglicht eine computerunterstützte Daten- oder Textanalyse von Interviews, Texten sowie Bild- oder Videomaterial. Datenmaterial kann strukturiert und analysiert werden, ohne eine Interpretation durch die ForscherInnen vorwegzunehmen. Dazu wurden die aus der Literaturanalyse definierten Motive und Barrieren, wie in Tabelle 2 und 3 dargestellt, als vordefinierte Untersuchungskategorien übernommen. In weiterer Folge wurden alle Dokumente gelesen und Textsegmente der entsprechenden Kategorie – dem sogenannten Code – zugeordnet. Die Zuordnung zu den Codes soll anhand eines Beispiels erläutert werden. Eine Familie erwähnte folgendes: „Eine weniger erfreuliche Überraschung ist dagegen der Preis – 8 bis 11 Euro pro Kilo!“ Diese Textstelle wurde markiert und dem Code *Barrieren: Hoher Preis* zugeordnet.

Für Erfahrungen, die keiner aus der Literatur vordefinierter Kategorie zugeordnet werden konnten, wurden neue Codes definiert und in den Überpunkten *Sonstige Barrieren* und *Sonstige Motive* zusammengefasst. Die deduktiven Untersuchungskategorien aus der englisch- und deutschsprachigen Literatur werden so mit induktiven Kategorien ergänzt. Das bedeutet, dass Aspekte die in den Erfahrungsberichten der Experiment-Familien erwähnt werden, in der Literatur aber nicht aufscheinen, ebenfalls in der Dokumentenanalyse erfasst und interpretiert werden können.

Als Nachteil der Dokumentenanalyse erwähnt Lamnek (2010, 456), dass diese Methode zwar Fakten erheben kann, Einstellungen der hinter den Dokumenten stehenden Untersuchungspersonen jedoch nicht ermitteln kann. Aus diesem Grund wurde die Dokumentenanalyse mit qualitativen Interviews ergänzt.

4.2. Halbstandardisierte Interviews

Im Zeitraum vom 8. bis 27. Mai 2014 wurden insgesamt 18 Interviews durchgeführt, 9 davon mit Experiment-Familien und 9 mit den dazugehörigen Kontroll-Familien. Die 9 Experiment-Familien wurden aus insgesamt 11 Familien ausgewählt, die an den Projekten in Salzburg und der Steiermark teilgenommen haben. Die Auswahl der Familien erfolgte nach der Bereitschaft der TeilnehmerInnen für das Interview. Eine Familie in der Steiermark war aus persönlichen Gründen nicht für ein Interview bereit. In Salzburg wurden alle 7 Experiment-Familien kontaktiert, und die ersten 6 erreichbaren Familien, die für ein Interview bereit waren, ausgewählt. Zur Generierung von Kontroll-Familien wurden die Experiment-Familien gebeten, eine vergleichbare Familie aus ihrem Ort vorzuschlagen, die ihnen in demographischen Merkmalen (wie bspw. Anzahl der Kinder, Alter, Wohnort, Beruf o.Ä.) ähnlich ist. Alle vorgeschlagenen Kontroll-Familien waren für ein Interview bereit. In der Tabelle 4 werden relevante demographische Merkmale der interviewten Experiment- und Kontroll-Familien gezeigt.

Nach Bortz und Döring (2006, 238f.) können mündliche Befragungen von vollständig strukturierten bis unstrukturierten Interviews reichen. Bei standardisierten oder vollständig strukturierten Interviews sind Wortlaut und Abfolge der Fragen für den Interviewer verbindlich vorgegeben. Diese Interviewform verlangt präzise formulierte Fragen, die vom Be

fragten möglichst kurz zu beantworten sind. Zur Interpretation von Erfahrungsberichten kommt diese Form des Interviews nicht in Frage, da den Befragten Raum gegeben werden soll, ausführlich über ihre Erfahrungen zu berichten. Im Gegensatz zu vollständig strukturierten Interviews ist bei einem nichtstandardisierten (unstrukturierten oder qualitativen) Interview nur ein thematischer Rahmen vorgegeben. Bortz und Döring (2006, 238f.) erwähnen weiter, dass sich zwischen diesen beiden Extremen, dem standardisierten und dem nichtstandardisierten Interview, Interviewformen mit teils offenen, teils geschlossenen Fragen und mit unterschiedlicher Standardisierung des Interviews – die sogenannten halb- oder teilstandardisierten Interviews befinden.

Tab. 4: Demographische Merkmale der interviewten Experiment- und Kontroll-Familien.
(Eigene Darstellung)

Experiment-Familien	Bezirk, Ort*	Ge-schlecht	Alter*	Beruf	HH-Größe*	zugezo-gen?
Sbg-E1	Flachgau Süd, Abersee	weiblich	24	Karenz	2 Erw. 1 Kind	Frau: nein Mann: ja
Sbg-E2	Tennengau, Adnet	männlich	40	kaufmännischer Angestellter	2 Erw. 2 Kinder	ja beide
Sbg-E3	Salzburg Stadt	weiblich	41	Angestellte (Telekommuni-kation)	2 Erw. 2 Kinder	Frau: nein Mann: ja
Sbg-E4	Flachgau Nord, Henndorf	männlich	33	Angestellter (IT)	2 Erw. 2 Kinder	ja beide
Sbg-E5	Pongau, Filzmoos	weiblich	47	Energetikerin	2 Erw. 3 Kinder	nein beide
Sbg-E6	Lungau, Tamsweg	weiblich	37	Personalchefin, Berufschul-lehrerin	4 Erw. 3 Kinder	Frau: nein Mann: ja
Stmk-E1	Leibnitz, St. Johann i. S.	weiblich	45	Büroangestellte	2 Erw. 7 Kinder	ja beide
Stmk-E2	Graz	männlich	37	Journalist	1 Erw.	ja
Stmk-E3	Murau, St. Peter	weiblich	32	Steuerberatung, Bäuerin	2 Erw. 3 Kinder	Frau: nein Mann: ja
Kontroll-Familien	Bezirk, Ort	Ge-schlecht	Alter	Beruf	HH-Größe	zugezo-gen?
Sbg-K1	Flachgau Süd, Abersee	weiblich	31	Karenz	2 Erw. 1 Kind	nein beide
Sbg-K2	Tennengau, Adnet	weiblich	39	Hausfrau	3 Erw. 2 Kinder	ja beide
Sbg-K3	Flachgau, Bergheim**	weiblich	39	Sozialarbeiterin	2 Erw. 2 Kinder	Frau: nein*** Mann: ja
Sbg-K4	Flachgau Nord, Henndorf	weiblich	48	Büroangestellte	2 Erw. 1 Kind	ja beide
Sbg-K5	Pongau, Filzmoos	weiblich	37	Masseurin	2 Erw. 2 Kinder	ja beide
Sbg-K6	Lungau, Ramingstein	weiblich	31	Angestellte	5 Erw. 2 Kinder	Frau: ja Mann: nein
Stmk-K1	Leibnitz, Ragnitz	weiblich	49	Geschäfts-führerin	2 Erw. 3 Kinder	nein beide
Stmk-K2	Graz	weiblich	29	Redakteurin	1 Erw.	ja
Stmk-K3	Murau, St. Peter	weiblich	34	Angestellte	2 Erw. 2 Kinder	Frau: nein Mann: ja

* Wohnort und Haushaltsgröße zum Zeitpunkt des Experiments, Alter zum Zeitpunkt der Erhebung

** erst 2 Jahre zuvor aus Salzburg Stadt nach Bergheim gezogen

*** nein, weil geboren in Salzburg Stadt

Charakteristisch für diese Befragungsform ist ein Interview-Leitfaden, der dem Interviewer mehr oder weniger verbindlich die Art und die Inhalte des Gesprächs vorschreibt. Das Leitfadenterview ist die gängigste Form qualitativer Befragungen. Durch den Leitfaden wird eine Struktur für die Datenerhebung und Datenanalyse vorgegeben, die die Ergebnisse unterschiedlicher Interviews vergleichbar macht (Bortz und Döring 2006, 238f.). Dieser Aspekt ist besonders wichtig, da die Erfahrungen der Familien aus Salzburg und der Steiermark miteinander verglichen werden sollen. Leitfadenterviews lassen aber auch genügend Spielraum, spontan aus der Interviewsituation heraus neue Themen einzubeziehen, die bei der Leitfadenerstellung noch nicht vorgesehen wurden. Die Interviewleitfäden für Experiment- und Kontroll-Familien wurden auf Basis der Erkenntnisse aus Literatur- und Dokumentenanalyse erstellt. Hierzu wurde ein Kategoriensystem angelegt, wodurch die Textinterpretation systematisch durchgeführt werden konnte. Das Kategoriensystem leitete sich bei den Motiven und Barrieren deduktiv aus dem aus der Literatur- und Dokumentenanalyse erarbeiteten Kategoriensystem ab sowie aus den Themen des Interview-Leitfadens. Induktiv wurde das Kategoriensystem aus dem Interviewmaterial erweitert. Dadurch konnten die Kategorien während der Durchsicht der Interviews ergänzt werden. Dies ist besonders wichtig, um in den Interviews erwähnte Aspekte zu dokumentieren, die in der Dokumentenanalyse noch nicht oder vielleicht unklar erfasst wurden. Experiment-Familien und Kontroll-Familien erhielten zwei unterschiedliche Interviewleitfäden, wobei die Themenschwerpunkte überwiegend vergleichbar waren. (Leitfäden siehe Anhang A und B)

Nach der Transkription der Interviewinhalte kann das Material sowohl mittels quantitativer als auch qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet werden. Im Zuge dieser Arbeit wurde eine qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt.

Ziel der qualitativen Inhaltsanalyse ist es, die manifesten und latenten Inhalte des Materials in ihrem sozialen Kontext und Bedeutungsfeld zu interpretieren, wobei vor allem die Perspektive der Akteure herausgearbeitet wird. (Bortz und Döring 2006, 328)

Um die Datenfülle an qualitativen Material zu handhaben, empfehlen Bortz und Döring (2006, 329) Transskripte computerunterstützt zu verwalten und zu bearbeiten. Die Transskripte der Interviews wurden daher ebenfalls im Programm MaxQDA analysiert wie die Zeitungs- und Internetartikel der vorangegangenen Dokumentenanalyse.

4.3. Mind-Maps der Versorgungsstrukturen

Während den Interviews wurden neben der Q-Methode auch Mind-Maps erstellt, die familienspezifisch genutzte Versorgungsstrukturen darstellen (vgl. Bsp. in Abb. 4 und Legende in Abb. 5). Für jede Experiment-Familie erstellte die Autorin eine Versorger-Landschaft, die alle regionalen Lebensmittelversorger der Familie darstellt, die aus der Dokumentenanalyse eruiert werden konnten. Während den Interviews wurden diese Versorger-Landschaften zuerst mit den Experiment-Familien und anschließend mit den Kontroll-Familien grafisch ergänzt und diskutiert.

Zunächst ergänzte die Experiment-Familie die Versorger, die nicht aus den Zeitungsberichten hervorgingen. Als zweiten Schritt kreiste die Experiment-Familie die Versorger in verschiedenen Größen ein, je nachdem wie oft sie dort einkaufen. Je größer der Kreis, desto öfter haben sie dort eingekauft. Abschließend ergänzten sie noch die Entfernungen der einzelnen Versorger in Kilometer.

Anschließend wurde dieselbe Versorger-Landschaft von der dazugehörigen Kontroll-Familie ergänzt. Zunächst markierte die Kontroll-Familie die Versorger, die ihr bekannt waren. In

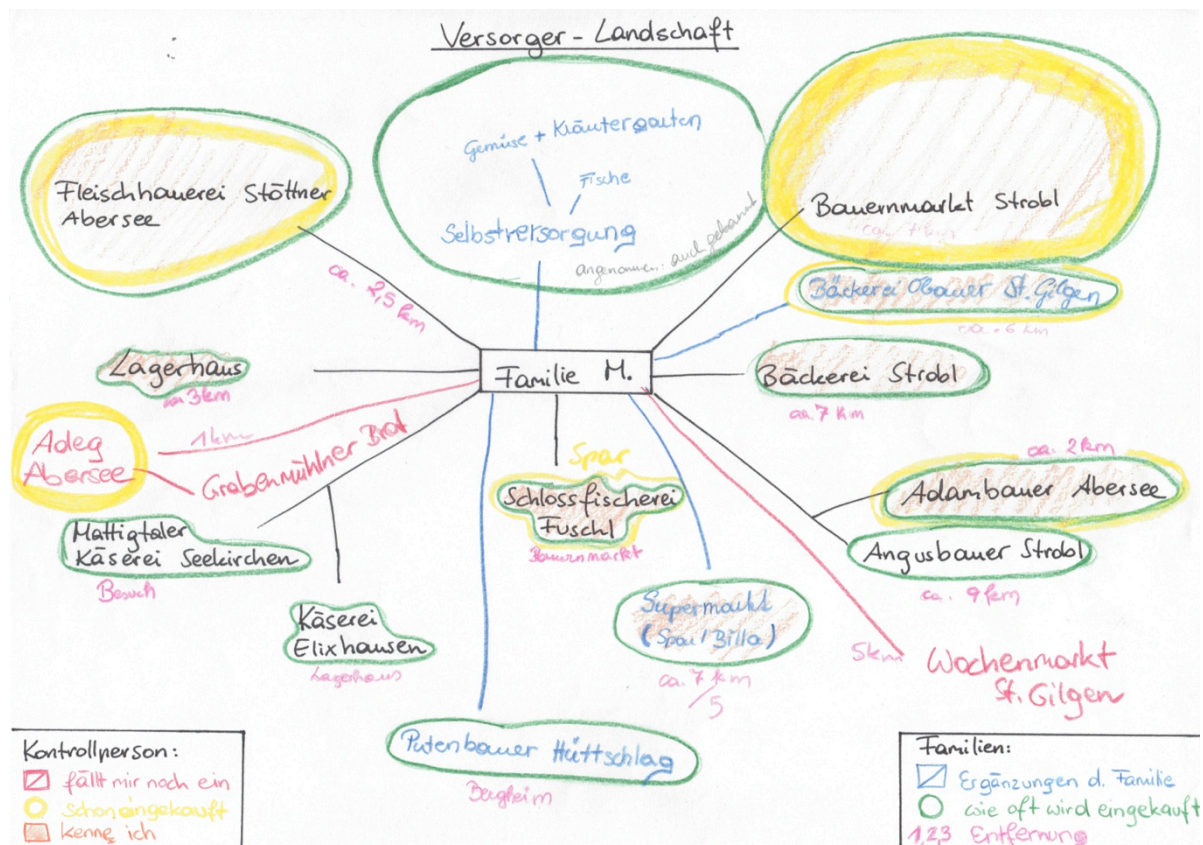


Abb. 4: Mind-Map der familienspezifischen Versorgerstrukturen am Beispiel der Experiment-Familie Sbg-E1 und der Kontroll-Familie Sbg-K1 aus Abersee, Salzburg. (Eigene Darstellung)

□

Legende zur Mind-Map

schwarz: Versorger aus Dokumentenanalyse

Von Experiment-Familie gezeichnet:

Blau: Ergänzungen der Familie

Grün: wie oft wird dort eingekauft (Häufigkeit = Größe des Kreises)

Rosa: Entfernung Versorger/zu Hause in km

Von Kontroll-Familie gezeichnet:

Rot: Versorger, die der Kontroll-Familie noch einfallen

Orange schraffiert: bekannte Versorger

Gelb: schon eingekauft (Häufigkeit = Dicke des Kreises)

Abb. 5: Legende zur Mind-Map der Abbildung 4. (Eigene Darstellung)

einer anderen Farbe wurden die Versorger hervorgehoben, bei denen sie schon einmal eingekauft hat oder regelmäßig einkauft. Je dicker dabei der Kreis, desto häufiger kaufen sie dort ein. Außerdem fügte die Kontroll-Familie noch hinzu, welche Versorger sie noch besuchen, die die Experiment-Familie nicht eingezeichnet hat.

Die grafische Darstellung in Form von Mind-Maps dient als Denkanstoß für die ProbandInnen. Dabei wurde der Ansatz verfolgt, dass über die eigene Versorgungsstruktur intensiver nachgedacht wird, wenn diese eigenhändig grafisch dargestellt werden muss. Geht man wirklich so oft zum regionalen Bauernmarkt wie man denkt?

Mit dieser Methode soll festgestellt werden, ob Kontroll-Familien auch ohne Teilnahme an

Selbstexperimenten dieselben regionalen Versorgungsstrukturen kennen wie die Experiment-Familien. Kennen sie unter Umständen sogar mehr regionale Versorger als die Experiment-Familie? Oder haben die Experiment-Familien durch ihre intensive Auseinandersetzung mit dem Thema doch einen Informationsvorsprung?

Die Auswertung der Mind-Maps erfolgt mit Hilfe einer qualitativen Auswertungs-Matrix, anhand dieser die Mind-Maps miteinander verglichen wurden (siehe Tab. 13). Die Interviewtransskripte flossen parallel dazu in die Auswertung mit ein, damit die Zeichnungen korrekt interpretiert werden können.

4.4. Die Q-Methode

Erstmalig wurde die Q-Methode im Jahr 1935 von William Stephenson als eine Erweiterung von *Spearman's* Faktorenanalyse publiziert (Watts und Stenner 2012, 7). Die Q-Methode erfasst komplexe Meinungsbilder, Einstellungen und Wertorientierungen aus subjektiver Perspektive. Obwohl die Q-Methode in der Psychologie ihren Ursprung nahm, wird sie mittlerweile auch in vielen anderen Fachrichtungen wie der Politik-, Gesundheits-, oder Umweltwissenschaften angewandt (Brown 1993, 93).

Tab. 5: Q-Statements: Motive der regionalen Ernährung. (Eigene Darstellung)

Q-Statements zum Thema „Motive der regionalen Ernährung“	
Nr.	Motive aus der Literaturanalyse
1	Die Auswahl an regionalen Produkten, die Produktpalette, ist gut.
2	Regionale Lebensmittel haben eine bessere Qualität.
3	Regionale Lebensmittel bekommt man zu einem guten, angemessenen, manchmal sogar billigeren Preis.
4	Regionale Produkte schmecken besser.
5	Regionale Lebensmittel bedeuten für mich mehr Vertrauen und Transparenz.
6	Regionale Lebensmittel sind umweltfreundlich.
7	Regionale Lebensmittel sind tierfreundlich produziert.
8	Das Einkaufen und der Umgang mit regionalen Produkten ist für mich ein Erlebnis.
9	Mit regionalen Produkten will ich gutes Essen für meine Familie, für meine Kinder.
10	Regionale Lebensmittel sind frischer.
11	An der regionalen Ernährung schätze ich die Beziehung zu den Bauern und die persönliche Interaktion sehr.
12	Regionale Lebensmittel haben keine chemischen Zusätze.
13	Regionale Ernährung bedeutet für mich Sicherheit und Kontrolle.
14	Regionale Lebensmittel verbinde ich mit Spezialitäten aus meiner Region.
15	Durch den Konsum von regionalen Lebensmitteln will ich die heimische Landwirtschaft unterstützen.
16	Regionale Produkte sind unverfälscht.
17	Regionale Lebensmittel verbinde ich mit Bio.
18	Regionale Lebensmittel sind für mich mit Erinnerungen verbunden.
19	Regionale Lebensmittel sind gentechnisch nicht verändert.
20	Regionale Lebensmittel sind gesünder.
21	Regionale Produkte werden in handwerklicher, kleiner Produktion hergestellt.
22	Ich kaufe regionale Produkte, weil ich mich mit meiner Region identifiziere.
23	In regional hergestelltem Fleisch sind keine Hormone.
24	Mit dem Kauf von regionalen Produkten möchte ich meinen Kindern zeigen, woher die Lebensmittel stammen.
25	Regionale Lebensmittel haben kürzere Transportwege.
26	Die Produktion regionaler Lebensmittel verbinde ich mit naturnaher Produktion.
Motive aus der Dokumentenanalyse	
27	Regional kommt für mich vor bio.
28	Regionales Essen bedeutet für mich Diät, Gewichtsverlust.
29	Regionale Produkte haben ein besseres Erscheinungsbild, sie sehen besser aus.

Das Hauptziel ist die Bildung von Typen subjektiver Sichtweisen zu einem Gegenstandsreich. Gemeinsamkeiten und Verschiedenheiten in den subjektiven Wahrnehmungen der Individuen können dabei mittels Sortierungen sogenannter Q-Statements aufgezeigt werden. Diese Statements können aus verschiedensten Quellen abgeleitet werden: umfassenden Literaturanalysen, literarischen Texten oder populären Texten aus Magazinen, Fernsehen etc., aus formellen und informellen Interviews oder Diskussionen sowie aus Vorstudien (Watts und Stenner, 2005, 75). Die Besonderheit der Q-Methode besteht darin, Individuen anhand ihrer Muster zu vergleichen und nicht Muster anhand demographischer Eigenschaften der Individuen, wie bspw. Geschlecht oder Alter (Proops und Barry, 1999, 339). Die Q-Methode fokussiert auf Meinungsbilder, die eine spezifische Gruppe an Individuen miteinander teilt (Watts und Stenner, 2005, 71). Proops und Barry (1999, 339) gehen davon aus, dass es zu jedem Untersuchungsgegenstand eine limitierte Anzahl an Mustern bzw. Meinungsbildern gibt. Die Q-Methode zielt darauf ab, diese Muster (genannt Faktoren) zu strukturieren und interpretierbar zu machen. Sie versteht sich als Forschungszugang an der Schnittstelle von qualitativen und quantitativen Methoden. Der quantitative Charakter der Q-Methode wird dadurch begründet, dass sie sich hinsichtlich der Auswertungsverfahren statistischer Analysen bedienen kann, wie bspw. der Korrelations- oder Faktorenanalyse (Müller und Kals 2004, 2ff.). Es wird angemerkt, dass es sich bei der Q-Methode nicht um eine repräsentative Erhebung der quantitativen Verteilung von Typen handelt, sondern um die Erhebung vorhandener typischer Meinungsbilder. Die Q-Methode ersetzt daher keine quantitativen Befragungen (Müller und Kals 2004, 2ff.).

Allgemein sieht der *methodische Ablauf der Q-Methode* wie folgt aus (eigene Darstellung, basierend auf Watts und Stenner 2012):

1. Auswahl der ProbandInnen (des sogenannten *P-Sets*)
2. Formulierung der Forschungsfragen
3. Entwicklung der Q-Statements (des sogenannten *Q-Sets*)
4. Vorbereitung des Q-Sortierungsverfahren
 - a. Planung der Durchführung – online/per Post/persönlich
 - b. Erstellung der Materialien – Karten, Sortierungs-Skala etc.
 - c. Auswahl der Verteilung – *Forced* oder *Unforced Distribution*
5. Durchführung des Sortiervorgangs und Dokumentation der Q-Sorts
6. Auswahl der Art der statistischen Analyse (Faktorenanalyse, PCA, ...)
7. Vorbereitungen für die statische Auswertung (Digitalisierung der Q-Sorts)
8. Durchführung der Auswertung (z.B. im Programm *PQMethod*)
9. Interpretation der Faktoren (durch *factor arrays*, *crib sheets*, ...)

Im Folgenden wird der methodische Ablauf dieser Arbeit näher gezeigt: Die Q-Methode wurde mit allen 18 ProbandInnen (9 Experiment- und 9 Kontroll-Familien) durchgeführt. Als ersten Schritt wurden Q-Statements definiert, die den ProbandInnen zur Sortierung vorgelegt wurden. Alle Motive und Barrieren aus der Literaturanalyse (Tabelle 2 und 3) wurden zunächst zu Statements formuliert. Anschließend wurden weitere Motive und Barrieren aus der Dokumentenanalyse (Tabelle 8 bis 11) herangezogen, um ebenfalls daraus Statements zu generieren. Die Anzahl der Motive und Barrieren aus der Dokumentenanalyse ist deshalb nicht deckungsgleich mit der Anzahl der Q-Statements (Tabelle 5 und 6), die aus der Dokumentenanalyse abgeleitet wurden, weil keine Erfahrungen sondern nur Motive und Barrieren zur Formulierung der Statements verwendet wurden. Abschließend wurden die Q-Statements noch einmal überarbeitet und ggf. zusammengefasst.

Tab. 6: Q-Statements: Barrieren der regionalen Ernährung. (Eigene Darstellung)

Q-Statements zum Thema „Barrieren der regionalen Ernährung“	
Nr.	Barrieren aus der Literaturanalyse
30	Regionale Lebensmittel haben einen hohen Preis, sind teuer.
31	Eine regionale Ernährung bedeutet viel Zeitaufwand (Einkauf, Selbstversorgen, Kochen).
32	Ich habe zu wenig Informationen über regionale Lebensmittel (Gütesiegel, Produktkennzeichnungen, Verkaufsstätten/Orte, wo man regionale Produkte kaufen kann).
33	Regionale Lebensmittel zu kaufen bedeutet viel Organisation und Vorausplanung.
34	Die Auswahl an regionalen Produkten, die Produktpalette, ist schlecht.
35	Die Markt- oder Verkaufsstandorte von regionalen Lebensmitteln sind ungelegen, zu weit weg.
36	Regionale Lebensmittel sind immer nur in der Saison erhältlich.
37	Will man sich regional ernähren, bedeutet das Selbstversorgen – selbst anbauen ist aber teuer.
38	Die Produktqualitäten von regionalen Lebensmitteln sind variabel, oft unterschiedlich.
39	Ich habe den Wunsch, meinen Einkauf an einem Platz zu erledigen.
40	Regionale Verkaufsstätten haben wenig verbraucherfreundliche Öffnungszeiten.
41	Regionale Ernährung ist für mich nicht alltagstauglich.
Barrieren aus der Dokumentenanalyse	
42	Durch regionale Ernährung muss ich auf viele Produkte verzichten.
43	Regionale Ernährung bedeutet viel Umstellung und ist eine große Herausforderung.
44	Regionale Produkte im Supermarkt zu kaufen ist sehr schwierig.
45	Für regionale Ernährung ist eine Vorbereitung auf den Winter notwendig.
46	Nicht immer ist regional drin, wo regional draufsteht – Produktinformationen müssen auch auf Bauernmärkten beachtet werden.
47	Regionale Produkte sind nicht umweltschonend – man hat längere Einkaufswege.
48	Regionale Ernährung bedeutet Vorratshaltung – und das ist gerade in der Wohnung schwierig.
49	Für den Kauf und die Verarbeitung von regionalen Lebensmitteln ist viel Wissen notwendig, z.B. wie man einrext.
50	Regionale Lebensmittel sind viel abhängiger von Naturgefahren wie z.B. von Hagel.

Die Q-Statements wurden sodann auf farbige Karten gedruckt, um anschließend von den ProbandInnen sortiert zu werden. Jede/r ProbandIn erhielt somit ein Set an Karten (Q-Set) zum Thema „Motive der regionalen Ernährung“ – mit 29 Statements – und ein Q-Set zum Thema „Barrieren der regionalen Ernährung“ – mit 21 Statements. Insgesamt sortierten die ProbandInnen daher 50 Q-Statements in zwei Sortierungsvorgängen. Watts und Stenner (2005, 75) erwähnen in diesem Bezug, dass ein Q-Set mit 40 bis 80 Statements erfolgversprechend ist. Das Verhältnis zwischen Q-Statements und ProbandInnen ist nach Webler et al. (2009, 11) üblicherweise 3 : 1, maximal aber 2 : 1. In dieser Studie wäre die ideale Anzahl an Q-Statements, bei 18 ProbandInnen, also 54. Die Q-Statements dieser Arbeit sind also in Tabelle 5 und 6 dargestellt.

Die ProbandInnen sortierten die Q-Statements auf einer Skala von –5 (trifft gar nicht zu) bis +5 (trifft völlig zu). Die Sortierung – die sogenannte *Q-Sort-Technik* – kann auf zwei verschiedene Arten erfolgen: dem *Forced Q-Sorting* und dem *Unforced Q-Sorting*.

In einer Studie von Kampen und Tamás (2014, 3117) wurden wissenschaftliche Fachbeiträge hinsichtlich deren Q-Sort-Verteilungen untersucht. Bei 33 untersuchten Studien sortierten die ProbandInnen die Q-Statements nach einer fixierten quasinormalverteilten Skala. Nur eine Publikation wandte die freie Q-Sort-Technik an. Entgegen diesem vorherrschenden Trend wird in dieser Arbeit von einer gezwungenen Verteilung abgesehen und die *Unforced Distribution* angewandt, wie im Folgenden begründet wird.

Beim *Forced Q-Sorting* verteilen die ProbandInnen die Statements auf einer klar definierten quasinormalverteilten Skala. Abbildung 6 zeigt die quasinormalverteilte Zuordnung der Statements. Die Anzahl der Statements die einer Kategorie zugeordnet werden kann, ist

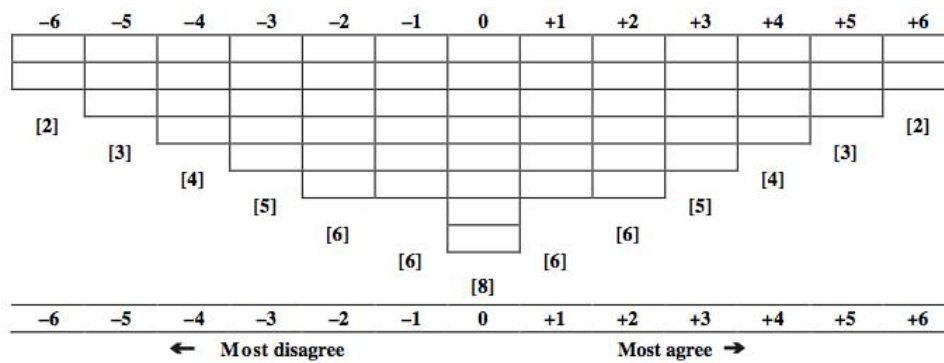


Abb. 6: Beispiel einer fixierten quasinormalverteilten Zuteilung. Skala von -6 über 0 bis +6. Die Zahl in [Klammern] zeigt die Anzahl an Statements, die in der jeweiligen Kategorie gelegt werden dürfen. In der gezeigten Darstellung können insgesamt 60 Q-Statements sortiert werden. (Watts und Stenner 2005, 77)

begrenzt. An diesem Beispiel dürfen auf die Kategorie „0“ acht Q-Statements gelegt werden und auf die Kategorie „+6“ nur zwei Q-Statements.

In der Literatur wird keine einheitliche Aussage darüber getroffen, ob die Vorteile für *Forced* oder für *Unforced Q-Sorts* überwiegen. Einige ForscherInnen versichern, dass die Struktur der Q-Sort-Verteilung keinen Einfluss auf die statistischen Ergebnisse hat (Giannoulis et al. 2010; Brown 1993; Cottle and McKeown 1981). Da jedoch nicht beide Aussagen – „forcing matters versus forcing does not matter“ – wahr sein können, muss sich der Anwender entscheiden, welche Methode er vorzieht (Kampen und Tamás 2014, 3114). Diese Entscheidung ist auf Basis vieldiskutierter Gesichtspunkte zu treffen.

Brown (2008) empfiehlt ForscherInnen die *Forced Distribution* zu wählen, da eine erzwungene Verteilung den Testpersonen helfen kann, sich über ihre Präferenzen klar zu werden (in Webler et al. 2009, 20). Watts und Stenner (2012, 78) erwähnen, dass die *Unforced Distribution* sogar mehr Entscheidungen von den ProbandInnen verlangt, weil es viel mehr Verteilungsmöglichkeiten gibt, als bei einer Quasinormalverteilung.

Die Art und Weise wie Q-Sorts strukturiert werden, muss aber dem Ziel nachkommen, dass die befragten Personen ihre Meinungsbilder frei zum Ausdruck bringen können. Dies wird durch eine vorgegebene, erzwungene Struktur oft verletzt (Kampen und Tamás 2014, 3113). Manche Literaturquellen empfehlen *Forced Q-Sorts*, weil diese die Extremität der Ansichten verringern. Bei einer freien Verteilung der Statements könnten die ProbandInnen dazu geneigt sein, die Karten nur in die beiden Extreme aufzuteilen (z.B. +5 und -5) um schneller „fertig“ zu sein. Zumal Prioritäten treffen zu müssen, mehr Zeit beanspruchen kann (Webler et al. 2009, 20).

Nach Kampen und Tamás (2014, 3114) hat die *Forced-Methode* andererseits analytische Konsequenzen, wie beispielsweise, dass die Varianz der Rankings reduziert wird und folglich die Korrelationen zwischen den Personen gesteigert werden. Mehr Korrelationen zwischen den ProbandInnen bedeuten wiederum eine höhere Wahrscheinlichkeit die Personen in Cluster (sogenannte *Faktoren*) einteilen zu können. Dies bewirkt ein analytisch produktiveres Ergebnis. Dabei wird aber außer Acht gelassen, ob die befragten Personen, ebenfalls einem Faktor zuordenbar gewesen wären, hätten sie die Q-Sorts unstrukturiert gelegt. Das bedeutet, dass die Methode nicht zwischen Clustering differenziert, das auf die Untersuchungsstruktur zurückzuführen ist, oder Clustering, das auf den tatsächlichen Meinungen der ProbandInnen beruht. In anderen Worten: Eine gezwungene Zuteilung der Q-Statements produziert unter Umständen Messartefakte (Kampen und Tamás 2014, 3114).

Es wird angenommen, dass bei einer freien Verteilung der Statements, Meinungsbilder nicht

wie soeben erklärt „künstlich“ erzeugt werden, weil den befragten Personen mehr Platz für Individualität gegeben wird. Die ProbandInnen werden also nicht gezwungen Q-Statements auf „–3“ zu legen, nur weil alle Felder bei „–5“ schon belegt sind. Wenn ProbandInnen die Statements der Sortierung zuführen dürfen, die ihnen spontan in den Sinn kommt, entspricht das dargestellte Meinungsbild also mehr dem Meinungsbild, das die befragten Personen in der realen Welt ohne die Einschränkungen einer erzwungenen Verteilung geäußert hätten. Dies ist der zentrale Vorteil der freien Q-Sort-Verteilung.

Watts und Stenner (2012, 78) erwähnen gegensätzlich, dass durch die freie Verteilung keine zusätzlichen Informationen von den ProbandInnen generiert werden können. Es bestehe also aus ihrer Sicht kein Grund, die *Unforced*-Variante vorzuziehen. Wird die *Unforced*-Q-Sortierung jedoch während einer offenen Interviewsituation durchgeführt, wo Begründungen und Gedankengänge der Probanden aufgezeichnet werden können, können dadurch zusätzliche Informationen zu den jeweiligen Meinungsbildern generiert werden.

Block (1961, 61) erwähnt im Hinblick auf die statistische Auswertung der Daten, dass die Daten von *Unforced* Q-Sorts unpraktisch, ja sogar unmöglich zu verarbeiten sind. Wobei hingegen die Daten von *Forced* Q-Sorts in einer praktischen und leicht bearbeitbaren Form vorliegen. Bolland (1985, 96) erwähnt ebenfalls, dass es bislang (Anm.: 1985) keine zufriedenstellende Möglichkeit gibt, die Daten eines *Unforced* Q-Sorts zu analysieren. In der gesichteten Literatur sind keine klaren Aussagen zu finden, die den Annahmen von Block (1961) und Bolland (1985) widersprechen. Die Analyse der *Unforced* Q-Sorts dieser Arbeit zeigt jedoch, dass für die Auswertung der Daten durch die freie Verteilung keine Nachteile entstehen.

Unter der Annahme, dass die Probanden dieser Arbeit durch die Selbstexperimente sehr gefestigte Meinungsbilder über ihre Erfahrungen mit regionaler Ernährung haben, die sich nur schwer in eine Verteilung zwingen ließen, wurde die freie Verteilung bevorzugt. Die Meinungsbilder sollten keineswegs aufgrund einer vordefinierten Struktur künstlich in eine Richtung gedrängt werden. Vielmehr sollten die Hintergründe, z.B. warum viele Statements auf „0“ oder „+5“ gelegt werden, erfasst werden.

Die nachstehende Abbildung 7 zeigt eine Probandin während des Q-Sortierungsvorgangs. Die Q-Sortierungen waren Teil der Interviews, die insgesamt zwischen 30 Minuten und 2 Stunden dauerten.

Nach dem Sortierungsvorgang wurden die Q-Sorts digitalisiert. Jede/r ProbandIn sortierte zwei Q-Sorts – eines zum Thema Motive und eines zum Thema Barrieren. Für die statistische Analyse wurden die Sortierungen von Motiven und Barrieren zusammengefasst. Hierzu wurden die in Tabelle 7 ersichtlichen Nummern der Q-Statements einer gemeinsamen Skala zugeordnet (Motive Nr. 1–29 und Barrieren Nr. 30–50).



Abb. 7: Probandin beim Sortieren der Q-Statements. (Eigene Darstellung)

Tab. 7: Q-Sort einer Probandin anhand der Skala –5 bis +5. In den Spalten: die Nummern der Q-Statements wie in Tab. 5 und 6 dargestellt. (Eigene Darstellung)

-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
28	18	1	32		8	16	6	12	3	2
30	41	33			23	31	14	24	4	9
35					29	34	17	46	5	10
40					37		38		7	11
					44		42		20	13
					48		43		21	15
					50				25	19
									26	22
									27	39
									36	45
									49	47

Insgesamt wurden von den ProbandInnen 5 Q-Statements nicht sortiert, d.h. übriggelassen. Diese wurden für die Q-Analyse der Spalte „0“ zugeordnet. Die Begründungen der ProbandInnen werden im Zuge von Abbildung 8 und 9 (Kapitel 5.1.2.) näher erklärt.

Nach Watts und Stenner (2005, 72) stellen in der statistischen Auswertung der Q-Methode die untersuchten Personen die Variablen dar, nicht wie üblich die Merkmale. Wird also eine Faktorenanalyse durchgeführt, laden die Personen und nicht Variablen im herkömmlichen Sinne auf einen Faktor. Laden demzufolge zwei Personen auf den selben Faktor, haben diese sehr ähnliche Q-Sorts – haben also ein vergleichbares Meinungsbild.

Zur statistischen Auswertung steht neben der Faktorenanalyse auch die Cluster-Analyse oder die Hauptkomponentenanalyse (PCA – *Principal Components Analysis*) zur Auswahl. Eine *Varimax Rotation* kann die Varianz der erhaltenen Faktoren erhöhen, und somit dem Ziel der Q-Methode nachkommen, die Fülle an Standpunkten offenzulegen, die von einer Teilnehmergruppe geteilt wird (Watts und Stenner 2005, 81). Watts und Stenner (2005) empfehlen deswegen und auch wegen ihrer Simplität und Zuverlässigkeit ausdrücklich, eine *Varimax Rotation* anzuwenden. Die *Unforced* Q-Sorts aller 18 ProbandInnen wurden mit Hilfe des Programms *PQMethod*² analysiert. Die Q-Sorts wurden mittels *PCA* und *Varimax Rotation* statistisch ausgewertet. Der Ablauf der Analyse wird in Kapitel 5.4 *Typisierung anhand der Q-Methode* genauer erläutert.

Neben den klassischen Ergebnissen der Q-Methode – der Bildung von Meinungstypen – sollen die Auswertungen zeigen, ob die Meinungsbilder der Kontroll-Familien sich von denen der Experiment-Familien unterscheiden. Eine weitere mögliche Korrelation könnte zwischen Familien aus der gleichen Region sein. Hat die Projekt-Teilnahme mehr Einfluss auf das Meinungsbild gehabt oder die Regionszugehörigkeit?

² Freier Download unter: <http://schmolck.userweb.mwn.de/qmethod/> [19.12.2015]

5. ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN ANALYSE

Die empirische Analyse der vorliegenden Arbeit setzt sich aus der Dokumentenanalyse, den halbstandardisierten Interviews inklusive Q-Methode und Mind-Maps der Versorgerstrukturen zusammen.

5.1. Motive und Barrieren der regionalen Ernährung

Die Motive und Barrieren der regionalen Ernährung spielen in dieser Arbeit eine zentrale Rolle. Sie wurden zuerst mittels Dokumentenanalyse erhoben, daraufhin zur Erstellung der Q-Statements verwendet und anschließend in den Interviews noch einmal aufgegriffen.

5.1.1. Motive und Barrieren aus der Dokumentenanalyse

Tabelle 8 zeigt die Motive aus der Dokumentenanalyse nach Anzahl der Nennungen gereiht. Es handelt sich dabei um deduktive Kategorien, die aus der Literatur abgeleitet wurden (siehe Tabelle 2 und 3). Die 259 Erfahrungsberichte der Selbstexperimente wurden anhand der dargestellten Kategorien codiert. Die jeweilige Anzahl der Nennungen wurde in *MaxQDA* mit Hilfe des *Visual Tools Code-Matrix-Browser* generiert. Dabei wurden die Einstellungen so gewählt, dass nur eine Codierung je Proband und Kategorie gezählt wurde. Auch wenn eine Familie z.B. zehnmal erwähnt hat, wie gut regionale Lebensmittel schmecken, wurde auch für sie der Code *Besserer Geschmack* nur einmal gezählt.

Tab. 8: Motive der Dokumentenanalyse nach Anzahl der Nennungen gereiht, Einfachnennung je Proband und Code. (Eigene Darstellung)

Motive (deduktive Kategorien aus der Literatur)	x Nennungen von insg. 11 Experiment-Familien
Guter Preis (billiger)	8
Besserer Geschmack	7
Bessere Qualität	6
Mehr Vertrauen, Transparenz	6
Auswahl der Produkte, Produktpalette	6
Tierfreundliche Produktion	5
Umweltfreundlich	4
Identifikation mit der Region	4
Beziehung zu den Bauern, persönliche Interaktion	4
Frischer	3
Gesünder	3
Kürzere Transportwege	3
Erlebniserfahrung, shopping experience	3
Spezialität der eigenen Region	2
Unterstützung der regionalen Wirtschaft	2
Unverfälscht	1
Bio	1
Gutes Essen für Familie, Kinder	1
Ohne chemische Zusätze	1
Handwerkliche, kleine Produktion	1
Sicherheit, Kontrolle	1
Unterstützung der heimischen Landwirtschaft	1
Erinnerungen, es hat einen Sinn	1
Gentechnisch nicht verändert	1
Keine Hormone im Fleisch	0
Natürlichere Produktion	0
Nachhaltige Landnutzung	0
Kindern zeigen, woher Lebensmittel stammen	0

Die eben dargestellte Tabelle zeigt, dass das Motiv *Guter Preis* von acht von insgesamt elf Experiment-Familien genannt wurde. Um kurz vorzugreifen: ebenfalls acht von elf Experiment-Familien erwähnen als Barriere *Hoher Preis* (siehe Tabelle 10). Die genaue Interpretation der Beiträge der Familien lässt diesen Widerspruch erklären. Die Familien erwähnen in ihren Berichten sehr deutlich, dass einzelne regionale Produkte teurer sind als importierte Produkte. Sie verbinden regionale Produkte mit Qualität, daher dürfe man diese auch nicht mit Billigprodukten oder Produkten aus der Massentierhaltung vergleichen. Die hohen Preise einzelner Produkte werden in Salzburg jedoch nicht so stark in den Vordergrund gestellt wie in der Steiermark. Eine Salzburger Familie verdeutlicht sogar: „Die weitverbreitete Meinung, dass der Einkauf auf dem Bauernmarkt teurer komme, sei schlichtweg falsch.“ Weitere Salzburger erwähnen, dass sie nicht gewusst hätten, dass die Preise für regionale Lebensmittel nicht viel teurer sind. Durch einen bewussteren und respektvolleren Umgang mit den Lebensmitteln wird das Haushaltsbudget durch die regionale Ernährung nicht überzogen. Dabei spielt vor allem die eigene Weiterverarbeitung der Grundnahrungsmittel eine große Rolle. Die Weiterverarbeitung von regionalen Grundnahrungsmitteln soll Geld einsparen. Es ist zwar viel Zeit und Arbeit notwendig, regionale Rohstoffe weiterzuverarbeiten, aber es gebe ja wenig bis keine regionalen Convenience-Produkte, den Familien bliebe also nichts anderes übrig. Die Aussage, dass regionale Lebensmittel also einen guten Preis haben oder sogar billiger sind, ist mit Vorsicht zu betrachten. In Verbindung mit Selbstverarbeitung, Verzicht und sparsamerem Umgang kann eine regionale Ernährung laut den Erfahrungsberichten der Familien günstiger oder zumindest gleich teuer sein als eine herkömmliche Ernährung. Insgesamt lässt sich sagen, dass in Salzburg zum Thema Preis eine deutlich positivere Meinung unter den Familien vorherrscht, als in der Steiermark.

Sieben von elf Familien erwähnen, dass regionale Lebensmittel einen besseren Geschmack haben. Eine Familie aus der Steiermark bringt dies durch folgendes Zitat zum Ausdruck:

Nachdem wir am Bauernmarkt am Freitag die besten Pfirsiche gekauft haben, die wir je gesehen und gegessen haben (ganz im Ernst – die vom Supermarkt sind keine Spur so gut!) [...].

Sechs von elf TeilnehmerInnen erwähnen die *bessere Qualität*, das erhöhte *Vertrauen und die Transparenz* sowie die *gute Produktauswahl*. Die Familien berichten über die auffallend roten und duftenden Tomaten, die sie bei ihren Bauernhofeinkäufen bekommen. Eine Familie schreibt sogar, sie hätte noch nie (hier im Zusammenhang mit steirischem Fisch) eine so gute und frische Qualität bekommen. Des Weiteren sind sie vom großen Angebot an regionalen Produkten positiv überrascht worden. So wäre das steirische Angebot an Frischwurst bspw. so groß, dass man gar nicht so viel kaufen könne. Vertrauen über die Herkunft von Lebensmitteln spiegelt sich in den Erfahrungsberichten der Familien häufig wieder. Sie erwähnen, wie zufrieden sie mit ihrem Fleischhauer aus der Region seien, der bei jedem Stück Fleisch den genauen Namen des Bauern weiß, wo er es bezogen hat.

Den Begriff *umweltfreundlich* erwähnen vier von elf Familien immer im Zusammenhang mit der Vermeidung von Müll. Dass, regionale Ernährung aber aufgrund längerer Einkaufswege auch als nicht umweltfreundlich gelten kann, zeigt die Analyse der Barrieren (Tabelle 10). Selbiges gilt für *tierfreundliche Produktion*. Fünf von elf TeilnehmerInnen verbinden tierfreundliche Bedingungen mit der regionalen Produktion, aber die nähere Analyse der Interviews zeigt später, dass auch nicht tierfreundliche Massentierhaltung ein regionales Thema sein kann.

Für vier von elf Familien ist die regionale Ernährung eine Bereicherung, wenn es um soziale Kontakte geht. Nette Gespräche mit den Herstellern hinterlassen bei ihnen ein gutes Gefühl, und wenn sie mehr wissen wollen, bekommen sie ausführliche Beratung und Hintergrundin-

formationen. Durch die Interaktion mit den Erzeugern und den Verkäufern, die auf Bauernmärkten oft ein und dieselbe Person sind, bekommt der Einkauf eine persönliche Note. Unter die sozialen Motive fällt auch die *Unterstützung der regionalen Wirtschaft*. Eine Familie erwähnt sogar explizit, dass sie das Experiment aus regionalwirtschaftlichen Gründen mache, um lokale Strukturen zu unterstützen. Auch die *Identifikation mit der Region* gehört zu den sozialen Motiven. Durch regionale Ernährung habe sich die Einstellung zu Stadt und Land geändert. Eine Familie erwähnt, sie habe Salzburg noch lieber gewonnen und ist froh, als Zugezogener hier sein zu dürfen.

Unter dem Punkt *Erlebnis, shopping experience* erwähnen drei von elf Familien Ausflüge oder schöne Erlebnisse, die sie im Zuge ihrer regionalen Einkäufe erlebt haben. So wurde die Fahrt zu einem Bauern nicht nur ein Erlebnis für die Kinder, sondern auch gleich spontan mit einer Rundwanderung verknüpft. Negative Aspekte der regionalen Ernährung, wie Zeitaufwand und schlechte Erreichbarkeit von Direktvermarktern, wurden so von den Familien ins positive gekehrt und einfach als Erlebnis wahrgenommen. Die Lebensmittelbeschaffung bekommt durch diese Tatsache bei den Familien einen anderen Stellenwert, als einfach nur in den Supermarkt zu gehen.

Der Punkt *Gutes Essen für Kinder* wird in den Berichten nur von einer Familie genannt. Bereits bei der Bewerbung zum Projekt schreiben sie: „Unser Sohn sollte das so mitbekommen für später.“ Die Mutter erwähnt, als sie noch ohne Kind war, habe sie es nicht so genau genommen mit dem Kochen. Aber für ihren Sohn koche sie jetzt jeden Tag frisch und steirisch. Entgegen den Erwartungen wurden bekannte *regionale Spezialitäten* wie bspw. das Kürbiskernöl oder Käferbohnen von den steirischen Familien nicht explizit erwähnt. In Salzburg hingegen wurden sehr wohl regionale Spezialitäten wie bspw. die Käsespezialitäten aus dem Pinzgau (Pinzgauer Bierkäse) oder der bekannten „Lungauer Eachtling“ angesprochen.

Es gibt auch Motive, die in der Literatur erwähnt wurden, aber nicht in den Erfahrungsberichten der Experiment-Familien aufscheinen, wie bspw. *Keine Hormone im Fleisch*.

Motive, die wiederum von den Experiment-Familien erwähnt wurden, aber nicht in der Literatur aufzufinden sind, sind in Tabelle 9 dargestellt und erfordern eine nähere Betrachtung. Sie wurden ebenfalls nach Anzahl der Nennungen (eine Nennung pro Proband und Code) gereiht.

Tab. 9: Sonstige Motive der Dokumentenanalyse, nicht in der Literatur erwähnt, nach Anzahl der Nennungen gereiht, Einfachnennung je Proband und Code. (Eigene Darstellung)

Sonstige Motive (nicht in Literatur erwähnt)	x Nennungen von insg. 11 Experiment-Familien
Beispiele für Orte, wo regionales gekauft wurde	11
Selbstgemachtes, eigener Anbau, selber gesammelt	10
Vorbereitung auf Winter, Vorratshaltung	7
Ersatz (Produkte)	7
Aus dem Garten der Eltern, von Verwandten	7
Regionales Essen ist ansteckend	5
Regional kann auch verbraucherfreundlich sein	4
Regional auswärts essen	4
Diät, Gewichtsverlust, keine Gewichtsprobleme	3
Persönlicher, regionaler Warenkorb	3
Neues bzw. Altes wird entdeckt (z.B. Sorten)	2
Spaß – Küchenexperimente	2
Besseres Erscheinungsbild	1
Regional Essen im Urlaub	1
Regional vor bio	1
Zeitlich kein Unterschied	1

Alle elf Experiment-Familien erwähnen in ihren Erfahrungsberichten *Orte, wo regionale Produkte gekauft werden können*. Hier handelt es sich einerseits natürlich um eine Erfahrung, insofern aber auch um ein Kaufmotiv, da KonsumentInnen regionale Produkte erst nachfragen können, wenn sie das nötige Wissen über Verkaufsorte besitzen.

Zehn von elf Experiment-Familien erwähnen im Zusammenhang mit regionaler Ernährung *selbst hergestellte*, eigens angebaute oder gesammelte Lebensmittel. Die Interviewbefragungen werden zeigen, ob die ProbandInnen regionale Ernährung mit Selbstversorgen gleichsetzen oder sogar als Motiv, als direkter Beweggrund, wahrnehmen. Das heißt, dass sich KonsumentInnen regional ernähren, weil sie sich selbst versorgen wollen und nicht umgekehrt.

Die *Vorbereitung auf den Winter* bzw. die Vorratshaltung geht mit einer regionalen und saisonalen Ernährung einher und gilt darum nicht explizit als Motiv, sondern wohl eher als Erfahrung aus den Selbstversuchen. Die *Erwähnung von Ersatzprodukten*, wie bspw. Dinkelreis anstatt herkömmlichen Reis, zeigt die Bereitschaft zum Kauf regionaler Substitute. Geschmack und Preis derartiger Ersatzprodukte können aber wiederum als Barriere wahrgenommen werden, da Kinder Dinkelreis vielleicht nicht schmeckt und das regionale Ersatzprodukt oft einen höheren Stückpreis aufweisen kann.

Sieben von elf Experiment-Familien berichten von positiven Erlebnissen mit *Produkten aus den Gärten der Eltern oder sonstiger Verwandter*. Funktioniert hier eine Art von Warenaustausch kann es sich um ein Motiv für regionale Ernährung handeln. Indem bspw. der Salat aus dem Garten der Mutter, der beim wöchentlichen Besuch einfach mitgebracht wird, gegenüber dem herkömmlichen Salat aus dem Supermarkt bevorzugt wird.

Unter *Regional ist ansteckend* wurden Erfahrungen erfasst, wo von Freunden und Bekannten berichtet wurde, die durch die eigene regionale Ernährung motiviert wurden, auch mehr regionale Produkte nachzufragen. Die eigene regionale Ernährung kann also durch Vorbildwirkung ein Motiv für andere Personen sein (*Spillover-Effekt*).

Die *Verbraucherfreundlichkeit* von regionalen Angeboten wird von den Experiment-Familien im Zusammenhang mit Zustelldiensten wie bspw. dem *Vitalkisterl* erwähnt. Da der Bauernmarktbesuch aufgrund von Berufstätigkeit sehr schwierig ist, können durch verbraucherfreundliche Services trotzdem regionale Lebensmittel bezogen werden.

Von positiven Beispielen hinsichtlich regional orientierter Restaurants und Gasthäuser berichten vier von elf Experiment-Familien. *Regional auswärts essen zu gehen*, sei nicht so schwer wie angenommen, viele Gasthäuser führten Gerichte aus der Region. Dieses regionale Angebot kann wiederum ein Motiv sein, regionale Produkte auch außerhalb der eigenen vier Wände nachzufragen.

Drei von elf Experiment-Familien berichten von *Gewichtsabnahme*, wenn auch nicht direkt gewollt. Für eine Experiment-Familie davon wurde diese Gewichtsabnahme eher negative und unerwünscht wahrgenommen. Für zwei davon war die Gewichtsabnahme ein positiver Nebeneffekt des gesunden regionalen Essens. Es soll insgesamt das Wohlbefinden steigern und einen positiven Einfluss auf die Gesundheit haben. Dieser Effekt könnte daher als Motiv für zukünftige regionale Ernährung betrachtet werden.

Grundsätzlich hat jeder von uns seinen „persönlichen Warenkorb“ – Produkte die man regelmäßig einkauft – und diesen haben wir bereits im ersten Monat des Projekts auf „regional“ umgestellt.

Diese Umstellung basiert wieder auf den Erfahrungen der Familien, dennoch veranlasst es KonsumentInnen, die die Umstellung auf einen regionalen Warenkorb geschafft haben, regelmäßig und längerfristig regionale Produkte nachzufragen. Aus der Erfahrung wird also ein Kaufmotiv.

Im Zuge des Projekts bzw. der intensiven Auseinandersetzung mit regionalen Produkten erwähnen zwei von elf Experiment-Familien neue bzw. alte Lebensmittel oder Sorten wieder entdeckt zu haben, wie z.B. die rote Rübe.

Zwei von elf Familien erwähnen den Spaß, den die Verarbeitung von regionalen Lebensmitteln bringt. In Küchenexperimenten probieren sie bspw. selber Sauerkraut zu produzieren oder gemeinsam mit den Kindern Brot zu backen.

Jeweils eine Familie erwähnt, das *bessere Erscheinungsbild* von regionalen Lebensmitteln, die Vielfalt und den Genuss im Urlaubsland regional zu essen, die Priorität „regional vor bio“ und dass regionale Ernährung insgesamt zeitlich keinen Unterschied macht.

Anknüpfend werden nun die Barrieren der regionalen Ernährung dargestellt. In Tabelle 10 werden die Barrieren gezeigt, die anhand deduktiver Kategorien aus der Literatur codiert wurden.

Tab. 10: Barrieren der Dokumentenanalyse nach Anzahl der Nennungen gereiht, Einfachnennung je Proband und Code. (Eigene Darstellung)

Barrieren (deduktive Kategorien aus Literatur)	x Nennungen von insg. 11 Experiment-Familien
Hoher Preis	8
Hoher Zeitaufwand	8
Informationsdefizit	5
Saisonalität	4
Schlechtes Angebot, Produktauswahl	4
Schwierig Orte zu finden, wo man regionale Produkte kaufen kann	4
Notwendige Organisation	4
Mangelnde Kennzeichnung (Labelling)	4
Selbstversorgen ist viel Arbeit	4
Ungelegener Markt Standort	3
Nicht alltagstauglich	2
Mangelnde Öffnungszeiten	2
Wenig Verbraucherfreundlichkeit, Komfort	1
Variable Produktqualität	0
Wunsch, den Einkauf an einem Platz zu erledigen	0
Selbstversorgen, selbst anbauen ist teuer	0

Wie bereits erwähnt, wurde die Barriere *Hoher Preis* genauso wie *Guter Preis* von acht der elf Experiment-Familien dokumentiert. Dieser Widerspruch wurde im Zuge von Tabelle 8 bereits kurz erklärt. Interessant ist an dieser Stelle, dass von steirischen Familien deutlich mehr Codierungen zu *Hoher Preis* vorhanden sind als von Salzburger Familien. Eine Tendenz ist klar erkennbar. Die steirischen Familien erwähnen in ihren Berichten sehr deutlich, dass regionale Produkte bspw. am Bauernmarkt teurer sind als im Supermarkt. Eine Familie erwähnt sogar, dass ihr Budget für Lebensmittel bei den Preisen am Bauernmarkt nicht ausreichen würde. Teilweise wird der hohe Preis der Produkte wieder in Relation zur besseren Qualität gesetzt. Eine Familie erwähnt: „Der Preis liegt ein Vielfaches über dem, was Mehl im Diskonter kostet, aber wie gesagt: bio, gentechnikfrei, heimisch – man gönnt sich ja sonst nichts ...“ Manche versuchen dem teuren Preisen mit der vermehrten Selbsterstellung z.B. von Brot entgegenzuwirken. Vor allem weil Fertigprodukte (z.B. Nudeln aus steirischer Produktion) sehr teuer seien und passierte Tomaten aus der Steiermark gleich gar nicht erhältlich sind. In den Salzburger Berichten wird der hohe Preis nur bzgl. sehr spezifischer Produkte erwähnt, aber nicht im allgemeinen Bezug zu regionalen Grundnahrungsmitteln. Bei-

spielsweise wird darauf hingewiesen, dass Qualität ihren Preis hat, oder dass man zur Unterstützung der heimischen Betriebe gerne einen kleinen finanziellen Mehraufwand in Kauf nimmt. Beobachtet wurde von den Familien auch, dass bspw. Hanf- und Dinkelnudeln einen Kilopreis von 8–10 Euro haben, und auch Bio-ab-Hof-Produkte meist teurer sind als Bio-produkte von Supermarkt-Produktlinien. Interessant ist auch, dass eine Familie Honig als regionales Substitut für Zucker sieht, und dabei den Kilopreis von Honig erwähnt, „der natürlich um einiges teurer ist als Zucker“.

Es zeigt sich also, dass der Preis von regionalen Produkten sehr stark von der eigenen Mehrpreisakzeptanz, von regional unterschiedlichen Anbietern und Angeboten, vom eigenen Qualitätsverständnis, vom Vergleich mit Discount-Produkten oder Premium-Produkten und eventuell auch vom unterschiedlichen Preisniveau zwischen Salzburg und der Steiermark abhängig ist. Nehmen Salzburger regionale Produkte als günstiger wahr, weil in Salzburg sowieso alles teurer ist als in der Steiermark? Oder sind regionale Produkte in der Steiermark tatsächlich teurer? Oder begründen sich diese Unterschiede doch nur wieder auf die einzelnen subjektiven Wahrnehmungen der Experiment-TeilnehmerInnen? In den Interviews sollen die TeilnehmerInnen noch einmal explizit zum Thema Preis befragt werden.

Wie der hohe Preis wurde ebenfalls von acht von elf Experiment-Familien der *hohe Zeitaufwand* von regionaler Ernährung erwähnt. Hohen Zeitaufwand verbinden die Familien einerseits mit der Zeit, die für das Selbsterstellen von Lebensmitteln verwendet wird, aber andererseits auch mit dem Zeitaufwand für den täglichen Einkauf, weil oft mehrere Versorger angefahren werden müssen. Besonders am Anfang des Projekts berichten sie vom zeitaufwändigen Einkauf. Eine Familie wünscht sich ab und zu auch wieder einfach ohne „Schauen“ einkaufen zu gehen. Diese Aussage ist auch eng mit einer anderen Barriere verknüpft, dem Informationsdefizit (von fünf von elf erwähnt). Vor allem am Anfang des Projekts war es für die Familien schwierig, überhaupt regionale Produkte ausfindig zu machen und dann noch herauszufinden, woher die Rohstoffe des Produkts stammen. An der Wursttheke im Supermarkt musste nachgefragt werden, woher denn das Fleisch, aus der diese Wurst gemacht wurde, stammt. Sie erwähnen in diesem Zusammenhang auch die mangelnde Kennzeichnung von Produkten mit Herkunftssiegeln oder Verpackungsaufschriften. „In den Supermärkten regional einkaufen geht gar nicht!“, resümierte die Tennengauer Familie bereits nach wenigen Tagen. Wer sicher sein will, solle beim Erzeuger kaufen, so ein Rat einer anderen Experiment-Familie. Diese Informationslücken begründen wiederum den hohen Zeitaufwand für den Einkauf. Viele Familien sind deshalb auf einen Einkauf am Bauernmarkt oder auf Liefersysteme umgestiegen, dort wissen sie ohne großen Aufwand, woher die Produkte stammen.

Auch auf die *Saisonalität* von regionalen Produkten weisen vier Familien hin. Sie berichten davon, dass oft nur Äpfel in Frage kommen, weil für heimisches Obst noch nicht die Zeit ist und auf Südfrüchte verzichtet wird. Durch die Saisonalität ist die Auswahl an regionalen Produkten beschränkt, das wird den Familien durch das Experiment wieder bewusster.

Das schlechte Angebot von regionalen Produkten (von vier Familien erwähnt) bezieht sich entweder auf ein bestimmtes Produkt oder auf geografische Einschränkungen. In diesem Kontext erwähnt bspw. eine Familie aus dem Pinzgau, dass sie auch Produkte benötigt, die ihrer Meinung nach für den Anbau oder die Herstellung im Pinzgau nicht geeignet sind bzw. für sie nicht zugänglich sind, wie Getreide, Soja, Äpfel, Geflügel, Nüsse oder Öl. Scheinbar hat sich diese Familie die Regionsabgrenzung noch enger gezogen, als vom Projekt vorgegeben war, das alle Salzburger Produkte als regional einstuft. Die Familie aus dem Bezirk Murau erwähnt hierzu, dass es bei ihnen in der Gegend kein Gemüse von Direktvermarktern gibt, weil hier einfach keiner Gemüse anbaut.

Ebenfalls vier Experiment-Familien berichten, dass es schwierig ist, Orte zu finden, wo man regionale Produkte kaufen kann. Bauernmärkte gibt es nur selten in der Wohngemeinde, Direktvermarkter sind meist nur mit dem Auto erreichbar und auch nicht in jedem Bezirk werden Gemüseboxen geliefert. An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass es gerade bei den Liefermöglichkeiten Unterschiede zwischen den Bezirken, wie Pongau oder Pinzgau, und dem Flachgau oder der Stadt Salzburg gibt. Die Familien aus dem Pinzgau und dem Lungau berichten, dass es bei ihnen keine Gemüseboxen gibt.

Unter dem Aspekt *Notwendige Organisation* sprechen die Familien die nötige Planung und das Vorausdenken einer regionalen Ernährung an. Für das Einkaufen von regionalen Lebensmitteln erstellen sie sich eine Route ihrer Lieferanten, die sie beim Wochenendeinkauf abfahren. Für die Familien ist das Experiment eine logistische Herausforderung, weil bspw. der Bauernmarkt nur samstags offen hat oder der Bauer nur einmal pro Monat schlachtet. Durch schlechte Öffnungszeiten, den benötigten Zeitaufwand der für den Einkauf benötigt wird, und der oft ungelegene Marktstandort ist die regionale Ernährung für manche Familien schwer in den Alltag zu integrieren, vor allem wenn man berufstätig ist.

Ebenfalls berichten vier von elf Familien von der vielen Arbeit selbst Kräutersirup abzufüllen, Obst einzukochen und zwischendurch noch schnell Nudeln und Pesto fürs Mittagessen selbst herzustellen. Eine Familie bringt diese negative Seite der regionalen Ernährung mit folgendem Zitat auf den Punkt:

Ganz ehrlich, manchmal war mir die Einkocherei überdrüssig. Tomaten enthäuten und entkernen, pürieren, passieren, abfüllen, im Dampfgarer haltbar machen ist schon eine ziemlich mühsame Arbeit, wenn man bedenkt, dass fertig passierte Tomaten (aus Italien) im Supermarkt € 0,29 kosten.

Barrieren, die zwar in der Literatur erwähnt wurden, aber nicht explizit von den Experiment-Familien genannt wurden sind: variable Produktqualität, Wunsch, den Einkauf an einem Platz zu erledigen und selbstversorgen, selbst anbauen ist teuer. Dennoch impliziert das Beschreiben der notwendigen Organisation, viele Lieferanten anfahren zu müssen, auch indirekt den Wunsch, seinen Einkauf an einem Platz erledigen zu wollen. Und auch der Vergleich mit passierten Tomaten im Supermarkt, die um vieles billiger seien als selbst hergestellte Tomaten deutet indirekt daraufhin, dass Selbstversorgen auch als teuer wahrgenommen werden kann.

Aber auch unter den Barrieren, gibt es sonstige Codierungen, die aus der Dokumentenanalyse hervorgingen, aber nicht in der Literatur zu finden sind. Diese sind in Tabelle 11 dargestellt und werden folglich näher interpretiert.

Tab. 11: Sonstige Barrieren der Dokumentenanalyse, nicht in der Literatur erwähnt, nach Anzahl der Nennungen gereiht, Einfachnennung je Proband und Code. (Eigene Darstellung)

Sonstige Barrieren (nicht in Literatur erwähnt)	x Nennungen von insg. 11 Experiment-Familien
Verzicht auf bestimmte Produkte	10
Regional ist eine Herausforderung, Umstellung	7
Nicht umweltschonend, lange Einkaufswege	5
Vorbereitungen auf den Winter, Umgang mit dem Winter	4
Regionale Produkte im Supermarkt	4
Täuschung: Falsche Produktinformationen	4
Wissen notwendig	3
Vorratshaltung in der Wohnung ist schwierig	3
Nahrungsmittelunverträglichkeit	2
Skepsis über Umsetzbarkeit und Sinnhaftigkeit	2
Naturgefahren - keine Marillen wegen Hagel	2
Nicht so guter Geschmack	1

Zehn von elf Experiment-Familien erwähnen den Verzicht auf bestimmte Produkte, der mit dem Projekt einhergegangen ist. Das Kapitel 5.3 widmet sich noch genauer dem Thema, welche Produkte leicht und schwer erhältlich waren, auf welche gänzlich verzichtet wurde und für welche Produkte regionale Alternativen gefunden wurden.

Für sieben Familien ist die regionale Ernährung eine Herausforderung bzw. eine Umstellung. „Ich hätte mir es auf keinen Fall so schwer vorgestellt, dass Einkaufen für mich einmal so zur Herausforderung wird“, schreibt eine Familie dazu. Vor allem am Anfang sei es eine große Umstellung.

Eine weitere Barriere sind die langen individuellen Einkaufswege, die wiederum nicht umweltschonend sind. Fünf Experiment-Familien berichten von ihren langen Einkaufstouren zu verschiedensten Versorgern. Die Zeit der Großeinkäufe in einem Geschäft sei vorbei. Eine Familie ist der Ansicht mit rein regionaler Ernährung brauche man individuell mehr Treibstoff.

Zum Thema Vorbereitungen auf den Winter wurde nur von den vier steirischen Familien berichtet, da das Projekt in Salzburg bereits mit Mitte Oktober zu Ende war. Die steirischen Familien berichten von aufwendigen Einkochvorbereitungen und von der Eintönigkeit, wenn plötzlich nur mehr Lageräpfel, Kürbis und Sauerkraut erhältlich sind.

Unter *Regionale Produkte im Supermarkt* berichten die Familien von der schlechten Verfügbarkeit und Kennzeichnung von regionalen Produkten im Supermarkt, da meist nur Österreich angegeben ist, aber nicht das Bundesland. Absichtlich getäuscht fühlten sich die Familien durch falsche Produktinformationen am Bauernmarkt, wo durchaus auch italienische Zucchini verkauft werden, was aber nur der Blick auf die Schachtel verrät. Oder wenn man voller Vertrauen zum Tee aus dem steirischen Bauernregal greift und zu Hause feststellt, dass er doch aus einem anderen Bundesland ist.

Drei Familien erwähnen weiter, dass für das Anbauen und Verarbeiten von Kräutern oder für das Einkochen von Gemüse viel Grundwissen und auch eine Portion Interesse notwendig sind. Dieses Wissen über die Zubereitung und die Verarbeitung von Lebensmitteln stellt mit Sicherheit eine große Barriere für KonsumentInnen dar, bevorzugt zu unverarbeiteten regionalen Lebensmitteln zu greifen, anstatt Fertiggerichte vorzuziehen.

Eine weitere Barriere kann die schwierige Vorratshaltung sein. Bedingt durch die Saisonalität muss vermehrt Vorratshaltung betrieben werden. In warmen Wohnungen ohne Keller ist dies aber besonders schwierig.

Nahrungsmittelunverträglichkeit ist eine spezielle Barriere für einzelne Personen, die aber nicht unmittelbar mit regionalen Lebensmitteln zu tun hat. In den Erfahrungsberichten erwähnt aber eine Mutter, dass sie leider sehr viele Produkte weglassen muss wie bspw. Schweinefleisch, Rindfleisch, Kartoffel, Zwiebel, Ei, Kuhmilch und Weintrauben, die aber alle regional erhältlich wären. Sie muss deswegen nichtregionale Lebensmittel, wie Reis statt Kartoffel, wählen.

Unter dem Punkt *Skepsis über Umsetzbarkeit und Sinnhaftigkeit* sind Fragen zusammengefasst, die sich die Experiment-TeilnehmerInnen gestellt haben, wie z.B.: „Macht es Sinn, mit dem Auto in den Lungau zu fahren, um Roggenmehl zu besorgen?“, „Ist regionale Ernährung zu teuer?“ oder „Ist es im Winter überhaupt schaffbar?“. Unsicherheit, die wiederum mit Informations- oder Wissensdefizit zu tun hat, kann hemmend wirken, regionale Produkte nachzufragen. Zwei Experiment-Familien erwähnen, weniger Zugriff auf regionale Produkte gehabt zu haben, da diese wegen Naturgefahren (z.B. Hagel oder Frost während der Blüte) schlichtweg nicht erhältlich waren. „Da merkt man dann schnell, wie abhängig man vom Wetter sein kann – auch im kulinarischen Sinne.“ Den nicht so guten Geschmack

von regionalen Produkten erwähnt nur eine Familie im Hinblick auf Dinkelreis als Ersatzprodukt zu asiatischem Reis. Der Geschmack bestimmt natürlich, ob ein Konsument ein Produkt nur einmal und nie wieder kauft.

Wie groß die persönliche Herausforderung ist, sich von regionalen Produkten zu ernähren, ist zusammengefasst abhängig vom Wissen über Beschaffung, Produktkennzeichnung und die Verarbeitung von regionalen Lebensmitteln. Muss dieses Wissen erst angeeignet werden, ist die Umstellung auf eine regionale Kost und die Wahrnehmung von Barrieren deutlich größer, als wenn dieses Wissen bspw. über das Elternhaus weitergegeben wurde.

Wie individuell das Meinungsbild über Motive und Barrieren von regionaler Ernährung, sein kann – das wiederum durch Erfahrungen geprägt wurde –, zeigt das nächste Kapitel.

5.1.2. Motive und Barrieren aus den Interviews

Zu Beginn der Interviews wurden den Probanden offene Fragen zum Thema Motive und Barrieren für regionale Ernährung gestellt. Anschließend wurden sie gebeten, sogenannte Q-Statements über Motive und Barrieren zu sortieren. Die Erkenntnisse dieser offenen Fragen, sowie die deskriptiven Ergebnisse aus der Q-Methode werden in diesem Kapitel dargestellt.

Den Experiment-Familien wurden u.a. folgende offenen Fragen gestellt:

- Welche positiven Erfahrungen hattet ihr mit der regionalen Ernährung während eures Projekts? Was hat euch besonders überzeugt regional zu essen?
- Welche negativen Erfahrungen fallen euch ein? Was war besonders schwierig oder sogar unmöglich?

Den Kontroll-Familien hingegen u.a. diese Fragen:

- Welche positiven Motive/Gründe fallen euch ein regionale Produkte zu kaufen? Warum würdet ihr regionale Lebensmittel kaufen? Was sind für euch Vorteile von regionalen Lebensmitteln gegenüber importierten Lebensmitteln?
- Was ist eurer Meinung nach Barrieren dafür, nicht regional einzukaufen? An was scheitert es, dass ihr nicht mehr regionale Produkte einkauft? Was hindert euch daran regionale Produkte zu kaufen? Was ist negativ an regionalen Produkten (am Produkt an sich, oder an der Beschaffung)?

Die offenen Interview-Erzählungen beider Untersuchungsgruppen wurden anschließend mit Hilfe von *MaxQDA* codiert. Das Codesystem leitete sich bei den Motiven und Barrieren deduktiv aus dem aus der Literatur- und Dokumentenanalyse erarbeiteten Kategoriensystem ab sowie aus den Themen des Interview-Leitfadens. Die einzelnen Codierungen wurden daraufhin genauer analysiert, zusammengefasst und in sogenannte *Summary-Tabellen* exportiert. Nach nochmaliger Durchsicht der einzelnen zusammengefassten Codes wurde das bisherige Kategoriensystem (bestehend aus Motiven und Barrieren aus Literatur- und Dokumentenanalyse) angepasst und ggf. neu formuliert oder ergänzt. Das Kategoriensystem konnte somit induktiv aus dem Interviewmaterial erweitert werden.

Die Tabellen 12 und 13 zeigen diese überarbeiteten Motive und Barrieren von Experiment- und Kontrollfamilien aus den Interviews nach Anzahl der Nennungen gereiht.

An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass den ProbandInnen folgende Motive und Barrieren spontan in den Sinn gekommen sind. Diese wurden im offenen Gespräch erwähnt und somit nicht durch vordefinierte Kategorien beeinflusst.

Tabelle 12 zeigt, dass das Thema Vertrauen mit zehn Nennungen (von 18 ProbandInnen) am häufigsten genannt wurde. Des Weiteren erwähnen neun von 18 ProbandInnen die Unterstützung der heimischen Landwirtschaft. Das Motiv *umweltfreundlich* wurde in *weniger Müll* geändert, da ProbandInnen die Umweltfreundlichkeit von regionalen Produkten im-

mer nur auf die reduzierte Müllentstehung bezogen haben. Interessant ist ebenfalls, das gute Produktangebot. Eine Probandin erwähnt sogar das sagenhafte Angebot an Apfelsorten, die man so im Supermarkt gar nicht bekommen würde.

Eine unerwartete Aussage hat eine Kontroll-Probandin, die ursprünglich aus Holland stammt, zum Motiv Besserer Geschmack geäußert: „Milch von Kühen von hier von den Almen schmeckt besser als Milch aus Holland, wo sie nicht so viel Almblumen essen“.

Neben den bereits aus der Literatur bekannten Motiven wie *Frischer*, *Bessere Qualität* und *Kürzere Transportwege* wurden auch neue Motive genannt, wie bspw. *Umgang mit regionalen Lebensmitteln besser bekannt*. Hierzu erwähnt eine Interviewpartnerin:

Wenn man Marmeladen macht mit irgendeinem Obst von da, kennt man sich vielleicht ... oder bringt man wahrscheinlich eher zusammen, als wie wenn man irgendeine Südfrüchte nimmt, mit dem man auch nicht wirklich aufgewachsen ist.

Ebenso ein neues Motiv ist der *sorgsamere Umgang mit den Lebensmitteln und die höhere Wertschätzung*. Die ProbandInnen erwähnen dazu, dass sie durch den höheren Preis sparsamer einkaufen, somit auch weniger überlassen und wegschmeißen müssen. Aber auch die Geschichte hinter dem Produkt, ob man den Bauern kennt, oder gesehen hat, wo das Produkt herkommt, steigere die Wertschätzung.

Tab. 12: Motive aus den Interviews nach Anzahl der Nennungen gereiht, Einfachnennung (offene Fragen) je Proband und Code. (Eigene Darstellung)

Motive	x Nennungen von insg. 18 Befragten		
	Experiment-Familien (n = 9)	Kontroll-Familien (n = 9)	gesamt (n = 18)
Vertrauen: Gutes Gefühl durch persönliche Kontakte, indirekter Schutz vor Betrug, transparente Produktion	5	5	10
Unterstützung der heimischen Landwirtschaft, Stärkung der Region, regionale Wertschöpfung	1	8	9
Bessere Qualität	4	2	6
Weniger Müll	4	2	6
Gleicher Preis, Stückpreis höher – Gesamtbudget für Essen aber gleich, preiswerte Bezugsquellen (aber nur unter Aufwand zu finden)	4	1	5
Persönlicher Kontakt, Flair, Verbindung von gutem Geschmack wegen Bekanntschaft zum Produzenten	4	1	5
Frischer	3	1	4
Besserer Geschmack	1	3	4
Kürzere Transportwege	0	4	4
Sehr gutes Produktangebot (z.B. Apfelsorten, die es im Supermarkt nicht gibt)	3	0	3
Bindung, Verankerung mit Region	1	2	3
Verbraucherfreundlich: Lieferservices (Gemüsekisterl)	3	0	3
Verbindung mit bio, begründet durch gute Qualität	0	2	2
Steigerung von Gesundheit und Wohlbefinden durch selbst Hergestelltes und Wissen über Herkunft der Lebensmittel	1	0	1
Bessere Produktions- und Arbeitsbedingungen	0	1	1
Kindern die Herstellung von Lebensmitteln zeigen	0	1	1
Positives Einkaufserlebnis, wie Urlaub	1	0	1
Umgang mit regionalen Lebensmitteln besser bekannt	0	1	1
Sorgsamer Umgang mit Lebensmitteln, höhere Wertschätzung	1	0	1
Eigener Anbau von Kräutern – keine österreichische Herkunft im Supermarkt	1	0	1

Tab. 13: Barrieren aus den Interviews nach Anzahl der Nennungen gereiht, Einfachnennung (offene Fragen) je Proband und Code. (Eigene Darstellung)

Barrieren	x Nennungen von insg. 18 Befragten		
	Experiment- Familien (n = 9)	Kontroll- Familien (n = 9)	gesamt (n = 18)
Hoher Preis (oft in Kauf genommen)	4	9	13
Täuschung: Falsche Produktinformationen (keine regionalen Zutaten, obwohl regional drauf steht, Biogemüse neben Flughafen, steirische Molkerei importiert ungarische Milch, ...)	4	3	7
Schlechtes Produktangebot, viele Produkte nicht erhältlich	5	1	6
Schwierige Beschaffung, wenig Verkaufsstätten, schwieriger Zugang zu regionalen Lebensmittel sowohl am Land als auch in der Stadt Salzburg	5	1	6
Hoher Zeitaufwand für eigene Verarbeitung/Herstellung und für das Einkaufen bei mehreren Versorgern	4	1	5
Zu wenig regionale Produkte im Supermarkt; Wunsch, an einem Ort einzukaufen; nicht mehrere Stationen	0	4	4
Weit entfernte Verkaufsstandorte, lange Einkaufswege, zu jedem Bauern einzeln fahren	3	1	4
Keine Information über Beschaffungsmöglichkeiten	2	1	3
Mangelnde Herkunftskennzeichnung im Supermarkt	3	0	3
Eingeschränkte Produktvielfalt durch Saisonalität	2	0	2
Notwendige Organisation, Vorausplanung	2	0	2
Nicht verbraucherfreundlich: bei Verkaufsstelle kein Verkäufer anwesend	2	0	2
Wenig Auswahl an Obst aufgrund geografischer Lage	2	0	2
Schlechte Öffnungszeiten, Besuch am Bauernmarkt nicht möglich wegen Berufstätigkeit	0	1	1
Selbstversorgen ist viel Aufwand	1	0	1
Keine Herkunftskennzeichnung im Restaurant, schwierig regional auswärts essen zu gehen	1	0	1
Schlechte Produktionsbedingungen: mangelnde Hygiene der VerkäuferIn, nicht tierfreundliche Ställe	1	0	1
Einseitige Ernährung im Winter	1	0	1
Kein Einkauf bei Bauern wegen Laktoseunverträglichkeit	0	1	1
Schlechter Geschmack bei regionalem Produkt	0	1	1
Naturgefahren: Kein regionales Obst durch Frühreif	1	0	1

In den Interviews kristallisierte sich weiters heraus, dass der Konsum von selbst hergestellten Lebensmitteln und das Wissen über die Herkunft der Produkte das Wohlbefinden und die Gesundheit steigern können. Dass regionale Produkte aber immer *gesünder* sind, wurde in den Interviews nicht explizit erwähnt.

Die Verbindung mit *Bio* wird erwähnt, aber immer nur im Zusammenhang mit der daraus resultierenden Qualität der Lebensmittel. Bei zwei Kontroll-Familien kam es im Gespräch auch versehentlich zur Vermischung der Begriffe *bio* und *regional*.

Obwohl eine Kontroll-Probandin auf die Frage, welche Barrieren sie kenne, Folgendes antwortete: „Ja, ich wüsste nicht, was negativ sein sollte, wenn ich ein regionales Produkt kaufe“, konnten durch die Interviews doch auch zahlreiche Barrieren eruiert werden.

Der hohe Preis von regionalen Produkten wird am häufigsten, von 13 von 18 ProbandInnen, erwähnt. Sehr oft wird dieser Preis jedoch gerne in Kauf genommen, wie eine Probandin aus der Steiermark ausdrückt: „Es kostet auch mehr. Aber das ist mir zum Beispiel egal. Weil wir kaufen vielleicht weniger ein, aber dafür hochwertigere Produkte.“ Das Thema Preis wurde in den Interviews noch einmal explizit angesprochen, um der Widersprüchlichkeit zwischen

dem Motiv *Guter Preis* und der Barriere *Hoher Preis* aus der Dokumentenanalyse nachzugehen. Die Ergebnisse dazu werden auf der folgenden Seite dargestellt.

Sieben von 18 ProbandInnen erwähnen eine Barriere, die in dieser Form nicht in der Literatur zu finden ist. Sie sprechen von falschen Produktinformationen, wo nicht regionale Zutaten unter regionalen Marken verkauft werden, oder von der Täuschung von KonsumentInnen, wenn eine steirische Molkerei ungarische Milch importiert. Auch durch die Tatsache, dass Bio-Gemüse direkt neben dem Flughafen angebaut wird, fühlen sich die ProbandInnen getäuscht. Eine Probandin erwähnt während des Interviews immer wieder sehr deutlich wie enttäuscht sie vom Handel ist, man wisse gar nicht, wo man als Konsument überall betrogen wird. Ein anderer Befragter betont, dass man davor auch durch regionale Lebensmittel nicht geschützt ist:

Und natürlich ist da die Vertrauensfrage trotzdem da, nur weil ich jetzt bei einem Bauern kauf, hab ich zum Teil keine Ahnung, was in seinem Stall passiert. Und ob ich dem glauben kann, dass das Fleisch, das er mir grad da in seinem Zimmer drin verkauft, wirklich von seinen Kühen kommt. Weil theoretisch könnte er ja aus Marketinggründen zum Metro fahren, zum Großmarkt, und irgendwo sich hinten ein paar Kilo Fleisch kaufen, die dann als sein selbstgemachtes anbieten.

In diesem Zusammenhang erwähnt eine Familie auch schlechte Produktionsbedingungen. Nur weil es sich um regionale Lebensmittel handelt, sei man trotzdem nicht vor Massentierhaltung oder unhygienischer Verarbeitung geschützt.

Sechs von 18 Befragten bemerken die schwierige Beschaffung von regionalen Produkten. Der Zugang sei nicht nur am Land schwierig, obwohl dort die Bauern prinzipiell in der Nähe wären, sondern vor allem auch in der Stadt Salzburg, weil es zu wenig Verkaufsstätten gibt. In der Stadt Graz hingegen gibt es genügend Bauernmärkte. Eine Kontroll-Familie aus der Südsteiermark erwähnt dazu: „Also ich habe echt schon gesagt, teilweise, ich fahre wieder nach Graz in die Stadt zurück rein, damit ich die Bauern treffe!“ Zu den Beschaffungsbarrieren zählt auch das Informationsdefizit über Beschaffungsmöglichkeiten, das die ProbandInnen ansprechen. Verärgert sind die Befragten auch darüber, dass im Supermarkt zu wenig regionale Produkte erhältlich oder diese nur mangelhaft gekennzeichnet sind.

Zum Thema *Notwendige Organisation* bringt es eine Kontroll-Familie auf den Punkt:

Also die Spontan-Lebeleute, die das Essen eher so als Sekundärbedürfnis hinten anschieben und halt quasi, dann wenn ich Hunger habe, fahr ich zu einem Geschäft. Die sind natürlich aufgeschmissen mit regionalem Essen.

Interessant ist auch die angesprochene *Verbraucherfreundlichkeit*. So berichten zwei Familien von Verkaufsstellen (Ab-Hof-Verkäufen) zu denen sie extra hingefahren sind, dann aber niemand anzutreffen war. Die Barrieren *Schlechter Geschmack bei regionalem Produkt* oder *Kein Einkauf beim Bauern wegen Laktoseunverträglichkeit* wurden jeweils nur von einer Probandin angesprochen. Dennoch stellen sie interessante Hindernisse dar, warum KonsumentInnen wegen sehr subjektiven oder speziellen Gründen nicht zu regionalen Produkten greifen.

Die Barrieren und Motive aus den Interviews zeigen also neben bereits bekannten Hürden und Beweggründen der regionalen Ernährung auch neue und unerwartete Aspekte. Die Unterschiede zwischen Barrieren und Motiven aus der Literatur und den soeben dargestellten aus den Selbstexperimenten werden im Kapitel 6.1 *Beantwortung und Diskussion der Forschungsfragen* noch einmal näher betont.

Während dieser Arbeit kristallisierten sich vier Themen heraus, die im Zuge der regionalen Ernährung immer wieder in der Literatur und auch von den Experiment-TeilnehmerInnen

angesprochen wurden. Diese sind: Preis, Qualität, Zeitaufwand und Selbstversorgen. Den teils widersprüchlichen Aussagen sollte durch explizites Nachfragen in den Interviews genauer nachgegangen werden.

Zum Thema *Preis* ergab sich durch die Dokumentenanalyse und die Q-Sortierungen ein sehr unklares, teils widersprüchliches Bild. Die Analyse der Interviews zeigt, dass Schwarz-Weiß-Aussagen wie *Regionale Lebensmittel sind teurer* oder *billiger* nicht zulänglich sind. Die ProbandInnen erwähnen in diesem Bezug zahlreiche Begründungen, warum regionale Produkte im Speziellen teurer oder billiger sind, von Verallgemeinerungen nehmen sie deutlich Abstand.

Unter folgenden sinngemäß aus den Interviews wiedergegebenen Gesichtspunkten sind regionale Produkte als teurer empfunden worden:

- Es kommt aufs Produkt drauf an: Gewisse Produkte sind teurer, weil die Qualität höher ist (wie bspw. sehr gutes Fleisch) oder weil unsere Bestimmungen anders sind als in anderen Ländern (bzgl. Tierhaltung oder Pflanzenbau), das macht das Produkt teurer.
- Preise in der Stadt Salzburg wurden als höher empfunden. Vermutung, dass am Land die Produkte billiger sind, weil man dort näher am Erzeuger ist.
- Bereitschaft, Mehrpreis zu zahlen: Produkte sind teurer, aber nicht so, dass deswegen zu anderen Produkten gegriffen wird.
- Etwas teurer, weil es darauf ankommt, wo man einkauft: auf dem Bauernmarkt kann man einen guten Preis kriegen, aber im Geschäft z.B. beim Rochushof in der Stadt Salzburg „löhnst du dann schon ordentlich“.
- Teurer, wenn man alle Produkte fertig verarbeitet kauft und nicht selbst aus regionalen Rohstoffen herstellt.

Unter diesen Aspekten ist der Preis als billiger, gut oder angemessen empfunden worden:

- Lebenserhaltung/Budget für Essen nicht teurer, weil es auf die Essgewohnheiten ankommt. Durch regionale Ernährung isst und verbraucht man bewusster, man isst vielleicht nicht jeden Tag ein teures Fleisch.
- Im Vergleich zu Spar oder Billa nicht teurer, mit Billigdiskountern darf man aber nicht vergleichen: „Wenn du vorher Hofer-Einkäufer bist und dann zum Bauernmarkt gehst, dann wird es wahrscheinlich schon ein Unterschied sein.“
- Bei Milchprodukten preislich kein großer Unterschied; Eier sind günstiger.
- Nicht teurer, weil viel selber im Garten angebaut und Grundnahrungsmittel (Rohprodukte) selber weiterverarbeitet.
- Premium-Produkte lokal durchaus günstig erhältlich, wenn man Anbieter vergleicht. Oft indirekt, durch persönlichen Kontakt erhält man zusätzlich etwas geschenkt oder Nachlässe, die nirgendwo stehen.
- Durch größere Mengenabnahme (z.B. 10 kg Rindfleisch) kann ein guter Preis erzielt werden.
- Billiger, wenn man Zugang hat, d.h. wenn man regionale Versorger kennt, im großen Lebensmittelhandel hingegen nicht billiger.
- Im Verhältnis zu Bio-Produkten günstiger.
- Billiger, wenn man über den Preis verhandelt: „Entweder du machst den Mund auf, oder das Geldtascherl.“

Zum Thema *Preis* ist zwischen den beiden Untersuchungsgruppen eine unterschiedliche Tendenz erkennbar. Fünf Kontroll-Familien empfinden regionale Produkte als teurer, zwei Kontroll-Familien akzeptieren den geringen Mehrpreis gerne, eine Kontroll-Familie empfindet den Preis gleich und nur eine Kontroll-Familie empfindet es als nicht teurer. Bei den

Experiment-Familien hingegen sind sich 8 von 9 Familien einig darüber, dass einzelne regionale Produkte unter Umständen teurer sein können, aber eine regionale Ernährung im Großen und Ganzen das Haushaltsbudget für Essen nicht mehr belastet. Acht Experiment-Familien erwähnen, dass regionale Produkte unter bestimmten Voraussetzungen billiger sein können, wenn man z.B. vergleicht oder verhandelt, wenn man viel selber verarbeitet oder viel im eigenen Garten anbaut, oder wenn man es im Vergleich zu Bio-Produkten oder Premium-Produkten sieht. Eine Familie empfindet die regionalen Produkte, die in der Stadt Salzburg zu kaufen sind, als eher teurer. Am Land seien diese Produkte sicher günstiger zu bekommen.

Des Weiteren wurden die ProbandInnen gefragt, ob regionale Lebensmittel für sie immer eine bessere *Qualität* hätten. Fünf Experiment-Familien konnten dies eindeutig mit Ja beantworten. Für eine Experiment-Familie ist diese Aussage rein subjektiv. Auch für eine andere trifft die bessere Qualität in gewissen Bereichen zu, in gewissen aber auch nicht. Es komme auf die klimatischen Bedingungen an, in anderen Ländern wachsen bestimmte Produkte sicher besser als in Österreich. Dann müsse man aber wieder den längeren Transport abwägen, auch wenn Produkte, die durch mehr Sonne und Wärme mehr Vitamine in sich haben, länger transportiert werden. Zwei andere Experiment-Familien sehen das Thema Qualität eher skeptisch. Eine erwähnt, dass die Produkte, die sie gekauft haben schon eine bessere Qualität hatten, aber auch regionale Produkte könnten in der Steiermark aus Massen-Tierhaltung sein. Die andere, aus Salzburg stammende Experiment-Familie beteuert, dass es nicht immer so stimmig ist, wie man meint, wenn man regional kauft. Man müsste schon nachschauen, wie der Produzent seine Tiere füttert und wie der Betrieb aussieht.

Bei den Kontroll-Familien gehen sechs Familien von einer besseren Qualität aus. Eine Kontroll-Familie drückt ihre Skepsis dazu aus: „Mein Gefühl sagt ja, aber ob es wirklich immer so ist?“ Eine andere Kontroll-Familie wiederum glaubt, dass das Gemüse beim Billa nicht so viel schlechter sein kann. Und eine andere kann diese Frage nicht beurteilen, weil sie keine Erfahrungen dazu hat.

Bei beiden Untersuchungsgruppen gibt es also einen Teil der ProbandInnen, für die regionale Produkte eine bessere Qualität haben. Dem gegenübergestellt gibt es aber auch skeptische und neutrale Stellungnahmen.

Auch der vermehrte *Zeitaufwand* wird der regionalen Ernährung vielfach nachgesagt. Darum wurde den ProbandInnen die Frage gestellt, ob regionale Ernährung für sie mehr Zeitaufwand bedeutet. Die Experiment-Familien unterscheiden Zeitaufwand anhand von drei Tätigkeitsbereichen: Einkaufen, Kochen und Verarbeitung.

Für einen Teil der Familien ist das Kochen deutlich mehr Zeitaufwand, andere wiederum geben an, beim Kochen nicht mehr Zeit zu brauchen, weil sie vor dem Projekt auch schon immer mit frischen Zutaten gekochten hätten. Das Einkaufen ist aufgrund verschiedener Erzeuger und langer Einkaufswege, aber auch genaues Lesen der Packungsinformationen in Supermärkten als zeitaufwändig empfunden worden. Dennoch gibt es eine Experiment-Familie, für die das Einkaufen und Kochen nicht viel zeitaufwendiger ist. Zwei andere erwähnen, dass am Anfang des Projekts mehr Zeit benötigt wurde, wegen der Planungsumstellung. Aber dass man bereits nach einigen Wochen genau weiß, was man im Supermarkt an regionalen Produkten kaufen kann. Das Selbstversorgen und Verarbeiten von Lebensmitteln aus dem eigenen Anbau wird von zwei Familien mit viel Zeitaufwand verbunden. Hingegen spricht eine Familie davon, dass es für sie nicht zeitaufwändiger war, weil sie schon immer sehr viel selbst hergestellt hat, wenn man das aber nicht tun würde, das Einkaufen auf alle Fälle zeitaufwändiger wäre. Bei den Kontroll-Familien gibt es zum Thema Zeitaufwand ein klareres Bild: Sechs Kontroll-Familien finden, dass es zeitintensiver ist sich regional zu er-

nähren, eine betont aber, dass sie dies aber gerne in Kauf nimmt. Dabei sprechen sie die langen Einkaufswege an. Hingegen geben drei Kontroll-Familien ganz klar an, dass es egal sei, *ob* „ich jetzt im Geschäft, zu dem oder dem greif. Oder ob ich jetzt auf den Bauernmarkt mal fahr, oder in ein anderes Geschäft“.

Die beiden Untersuchungsgruppen unterscheiden sich deutlich darin, wie detailliert die Thematik beantwortet wurde. Es liegt in der Natur der Sache, dass die TeilnehmerInnen der Projekte differenziertere Antworten geben, die von ihren eigenen Erfahrungen geprägt wurden. Für die Mehrheit aller 18 Befragten bedeutet regionale Ernährung mehr Zeitaufwand. Die Gründe sind vor allem unter den Experiment-Familien unterschiedlich, für die eine Familie z.B. wegen dem Einkaufen, und für andere hingegen nur wegen dem Selbstverarbeiten. Das Thema *Selbstversorgen* wurde ebenfalls explizit nachgefragt, weil vor allem in den Zeitungsberichten der Experiment-Familien immer wieder von selbsthergestellten Produkten oder im eigenen Garten angebautem Gemüse die Rede war. Doch bedeutet sich regional zu ernähren auch gleichzeitig sich selbst zu versorgen?

Nur zwei von allen 18 Befragten verbinden regionale Ernährung mit Selbstversorgen. Für eine Experiment-Familie war selbst versorgen der Weg zum Ziel, das regionale Essen überhaupt zu schaffen, weil sie keinen Zugriff auf regionale Lebensmittel hatten. Für eine Kontroll-Familie wäre es der erste Weg selber Lebensmittel herzustellen, wenn sie sich regional ernähren wollte. Für die 16 anderen ProbandInnen gehört Selbstversorgen nicht unbedingt zur regionalen Ernährung dazu, es ginge auch ohne. Die Experiment-Familien erwähnen aber, trotzdem viel selbst hergestellt zu haben, weil es einfacher war, als die Produkte schon fertig zu kaufen oder weil es ihnen besser geschmeckt hat. Eine Experiment-Familie erklärt, Selbst-Anbauen im eigenen Garten müsse nicht sein, aber die Produkte selbst herstellen müsse man schon, wie z.B. Brot backen oder Obst für den Winter einrexen. Eine Kontroll-Familie erwähnt dazu, dass die selbst hergestellte Marmelade auch viel billiger sei als eine gekaufte regionale Marmelade.

Entgegen der Erwartungen geben also auch viele Experiment-Familien an, dass regionale Ernährung auch ohne Selbstversorgung funktionieren würde. Selbstversorgen ist demnach kein Motiv, kein direkter Beweggrund, der regionalen Ernährung, wie zu Beginn angenommen.

Nach den Erkenntnissen aus den offenen Interviewfragen werden folgend die Sortierungen der Q-Statements deskriptiv interpretiert. Die Analyse und Auswertung der Typisierung durch die Q-Methode wird im Kapitel 5.3 *Typisierung anhand der Q-Methode* näher erläutert.

Alle ProbandInnen (9 Experiment-Familien und 9 Kontroll-Familien) sortierten insgesamt 50 Q-Statements (29 Motive und 21 Barrieren) anhand einer Skala von -5 (trifft gar nicht zu) bis +5 (trifft völlig zu). Die Abbildungen 8 und 9 zeigen die unterschiedlichen Meinungsbilder der einzelnen ProbandInnen.

Abbildung 8 zeigt alle 29 Q-Statements zum Thema Motive in abgekürzter Form (vollständige Liste der Q-Statements siehe Kapitel 4.4, Tabellen 5 und 6). Deutlich erkennbar ist, dass es Statements gibt, die überwiegend Zustimmung erhalten (grün eingefärbt), aber auch andere, die für fast alle ProbandInnen nicht zutreffen (rot eingefärbt). Zum Beispiel wird das Statement Nr. 25 *Regionale Lebensmittel haben kürzere Transportwege* ausnahmslos von allen ProbandInnen mit +4 oder +5 bewertet. Dem Statement Nr. 28 *Regionales Essen bedeutet für mich Diät, Gewichtsverlust* wird hingegen, mit nur zwei Ausnahmen, nicht zugestimmt. Interessant ist hier, dass dieses Statement hingegen für Experiment-Familie Sbg-E6 völlig zutrifft, was sie auch sehr klar im Interview erwähnt hat.

		Motive																												
	Q-Statements (abgekürzt)	Auswahl, Produktpalette gut	Bessere Qualität	Guter, angemessener, billiger Preis	Schmecken besser	Vertrauen und Transparenz	Umweltfreundlich	Tierfreundlich produziert	Einkaufen und Umgang ist Erlebnis	Gutes Essen für meine Familie	Frischer	Beziehung zu Bauern, Interaktion	Keine chemischen Zusätze	Sicherheit und Kontrolle	Spezialitäten aus der Region	Heimische Landwirtschaft unterstützen	Unverfälscht	Verbindung mit Bio	Mit Erinnerungen verbunden	Gentechnisch nicht verändert	Gesünder	Handwerkliche, kleine Produktion	Identifikation mit Region	Keine Hormone	Kindern zeigen woher Lebensmittel stammen	Kürzere Transportwege	Naturnahe Produktion	Regional kommt vor Bio	Diät, Gewichtsverlust	Besseres Erscheinungsbild
Experiment-Familien	Nr.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
	Sbg-E1	1	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	-5	4	5	5	3	0	-5	5	3	4	5		5	5	5	4	-5	-5
	Sbg-E2	-3	5	4	4	4	2	4	0	5	5	5	3	5	2	5	1	2	-4	5	4	4	5	0	3	4	4	4	-5	0
	Sbg-E3	-1	5	-5	5	5	5	4	3	5	5	2	1	4	5	4	3	-2	4	0	5	3	2	0	5	5	4	5	-5	-2
	Sbg-E4	3	0	1	0	4	0	-3	3	5	0	5	0	-3	5	5	0	0	-4	0	0	1	3	0	5	5	2	4	-5	-5
	Sbg-E5	2	-3	1	5	5	5	-1	5	5	5	5	-4	-1	5	5	5	5	-3	-2	5	-2	5	-5	5	5	-2	3	0	1
	Sbg-E6	-2	0	2	-5	4	0	-2	-5	0	0	5	-2	2	4	0	-4	-3	3	0	-5	5	0	0	5	5	2	-5	5	-5
	Stmk-E1	3	4	5	5	3	4	-4	5	5	4	5	-3	-2	5	5	-5	-4	3	-4	-4	4	5	-4	5	5	2	-4	-4	-3
	Stmk-E2	3	4	4	3	3	-1	-3	4	5	5	2	-3	5	4	5	2	2	5	-1	2	1	5	0	5	5	1	0	-5	-4
	Stmk-E3	-3	4	5	3	5	0	4	3	5	5	5	-5	5	5	5	5	-5	0	5	5	4	3	5	5	5	5	5	-5	-5
Kontroll-Familien	Sbg-K1	2	1	4	2	3	3	3	4	5	3	-1	-2	4	5	5	3	-2	1	0	-2	4	5	-2	-5	5	5	1	-5	0
	Sbg-K2	5	3	5	5	5	4	3	3	5	5	4	-4	4	4	5	4	3	-5	3	3	4	5	0	5	5	4	0	-5	-4
	Sbg-K3	2	0	0	1	3	4	2	-4	4	4	3	0	1	2	5	0	2	-5	0	3	1	1	0	5	5	3	-1	-5	-3
	Sbg-K4	4	4	-4	5	4	5	3	-4	5	4	3	4	4	5	5	-2	-2	0	4	-1	5	1	4	-3	5	3	-1	-5	-3
	Sbg-K5	5	0	-2	3	2	3	5	-2	3	3	3	0	3	5	5	3	4	4	0	4	4	4	2	4	4	3	0	-3	4
	Sbg-K6	3	3	0	5	5	5	3	-5	5	5	5	0	4	4	5	2	-5	-5	5	3	-5	-2	4	5	5	4	5	-5	-5
	Stmk-K1	5	3	5	5	5	5	0	5	5	5	5	2	5	5	5	5	-3	5	5	1	-1	5	2	5	5	4	-1	-2	-1
	Stmk-K2	3	3	-3	2	4	5	3	-4	5	4	-3	3	1	5	4	4	3	0	4	3	2	3	4	4	5	4	3	-5	-2
	Stmk-K3	3	2	4	0	2	1	4	0	5	3	3	-3	3	0	5	4	2	2	-2	-3	2	5	-3	5	4	4	5	-5	0

Abb. 8: Q-Sorts zum Thema Motive – Sortierungen der Q-Statements der Experiment- und Kontroll-Familien von –5 (trifft gar nicht zu) bis +5 (trifft völlig zu). (Eigene Darstellung)

An dieser Stelle noch interessant ist, ob zwischen beiden Untersuchungsgruppen (Experiment- und Kontroll-Familien) ähnliche oder unterschiedliche Meinungsbilder erkennbar sind. Eine Tendenz ist bspw. anhand des Statements Nr. 1 *Die Auswahl an regionalen Produkten, die Produktpalette, ist gut* zu sehen. Während alle Kontroll-Familien diesem Statement deutlich zugestimmt haben, gibt es unter den Experiment-Familien durchwegs Ablehnung. Dies könnte auf die Erfahrungen der Experiment-Familien zurückzuführen sein, die sehr deutlich zeigen, dass die Produktauswahl eingeschränkt war.

Das Statement Nr. 11 *An der regionalen Ernährung schätze ich die Beziehung zu den Bauern und die persönliche Interaktion sehr* wird hingegen von den Experiment-Familien ausnahmslos positiv bewertet und von zwei Kontroll-Familien negativ bewertet. Darin könnte sich widerspiegeln, dass mehrere Kontroll-Familien während der Interviews angaben, nicht direkt bei Bauern einzukaufen und somit die Beziehung zu Bauern schlichtweg nicht haben können. Weitere Statements, die tendenziell mehr für Experiment-Familien zutreffen, als für Kontroll-Familien sind die Statements Nr. 8 *Das Einkaufen und der Umgang mit regionalen Produkten ist für mich ein Erlebnis* und Nr. 24 *Mit dem Kauf von regionalen Produkten möchte ich meinen Kindern zeigen, woher die Lebensmittel stammen*. Andere Statements, die wiederum tendenziell mehr für Kontroll-Familien zutreffen und von mehr Expe-

riment-Familien abgelehnt werden, sind bspw. die Statements Nr. 6 *Regionale Lebensmittel sind umweltfreundlich*, Nr. 7 *Regionale Lebensmittel sind tierfreundlich produziert* und Nr. 13 *Regionale Ernährung bedeutet für mich Sicherheit und Kontrolle*.

Ein Statement (Nr. 23 *In regional hergestelltem Fleisch sind keine Hormone*) wurde von Probandin Sbg-E1 übriggelassen und nicht sortiert, erkennbar an dem weißen Feld. Sie begründete dies damit, dass sie darüber noch nie nachgedacht hat und deshalb dazu keine Meinung hat.

Im Allgemeinen zeigt das Bild eine dominierende Zustimmung zu Motiven der regionalen Ernährung, erkennbar an den überwiegend grünen Farben. Die Zustimmung zu den Barrieren fällt hingegen nicht so groß aus, erkennbar an den vermehrten roten Einfärbungen.

Tendenziell wurden die Barrieren mehr abgelehnt als die Motive, wie die zahlreichen roten Zellen in Abbildung 9 zeigen. Es gibt kein einziges Statement, worüber alle ProbandInnen eine gleiche Meinung haben, so wie es unter den Motiven der Fall war. Es zeigen sich stark individuelle Meinungsbilder. Lediglich bei zwei Statements kann eine unterschiedliche Tendenz zwischen den beiden Untersuchungsgruppen vermutet werden: bei Statement Nr. 48 *Regionale Ernährung bedeutet Vorratshaltung – und das ist gerade in der Wohnung*

		Barrieren																													
		Q-Statements (abgekürzt)																													
		Hoher Preis, teuer																													
		Viel Zeitaufwand																													
		Zu wenig Information																													
		Organisation																													
		Schlechte Auswahl, Produktpalette																													
		Verkaufsstandorte zu weit weg																													
		nur in Saison erhältlich																													
		Selbstversorgen, und das ist teuer																													
		Variable Produktqualitäten																													
		Wunsch an einem Ort einzukaufen																													
		Schlechte Öffnungszeiten																													
		Nicht alltagstauglich																													
		Verzicht auf viele Produkte																													
		Umstellung, Herausforderung																													
		Regionale Produkte im Supermarkt schwierig																													
		Vorbereitung auf Winter notwendig																													
		Nicht regional drin, wo regional drauf steht																													
		Nicht umweltschonend, längere Einkaufswege																													
		Vorratshaltung, in Wohnung schwierig																													
		Viel Wissen notwendig																													
		Abhängiger von Naturgefahren																													
Experiment-Familien	Nr.	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50									
	Sbg-E1	-5	5	-5	5	-1	1	5	-5	-4	3	1	-4	5	4	5	5	5	1	3	4	-5									
	Sbg-E2	-5	1	-2	-3	1	-5	4		2	5	-5	-4	2	2	0	5	3	5	0	4	0									
	Sbg-E3	3	4	-4	5	2	5	5	-5	-3	5	5	3	3	2	4	5	-2	5	5	2	0									
	Sbg-E4	1	3	1	3	-3	3	-2	-5	-3	2	3	-5	-4	2	-2	2	5	0	5	3	0									
	Sbg-E5	-1	-3	1	-1	-4	3	5	-5	5	-2	2	-5	2	-5	4	4	3	-5	4	1	5									
	Sbg-E6	-3	-3	0	-3	1	-5	5	2	5	5	5	5	5	-2	-2	5	5	3	5	2	4									
	Stmk-E1	-4	5	-5	5	-1	-4	3	3	3	4	5	-4	1	-1	-5	-4	4	-2	4	2	-2									
	Stmk-E2	-4	3	-5	3	-5	-5	-3	-5	-5	4	-4	-5	2	4	-3	3	2	-5	2	0	5									
	Stmk-E3	0	5	-5	5	3	3		-5		-4	5	3	-5	4	5	5	-5	5	5	5	-4									
Kontroll-Familien	Sbg-K1	0	2	1	3	-3	-5	5	-5	-1	-2		-5	-5	-5	-5	4	3	-5	-3	2	1									
	Sbg-K2	-5	2	-5	1	-5	-5	-4	-5	-4	-4	2	-4		-4	-3	-5	0	-5	-5	-5	-5									
	Sbg-K3	2	3	4	-1	-2	2	5	-1	3	3	2	0	4	5	4	-1	0	1	-1	0	3									
	Sbg-K4	4	2	4	2	-5	3	5	-5	5	-5	4	4	3	5	4	5	5	3	5	-5	5									
	Sbg-K5	3	4	3	3	-2	0	4	4	-3	4	0	2	4	5	1	5	1	0	5	2	-1									
	Sbg-K6	3	-3	-5	-5	-5	-5	-3	-5	-2	-5	-5	-5	-3	-5	-5	5	-5	-5	-5	3	5									
	Stmk-K1	1	-5	-5	-5	-5	-5	5	-5	5	-1	-5	-5	-5	-5	-5	-5	5	-5	0	-3	-5									
	Stmk-K2	2	4	-2	2	-5	-2	3	-3	-3	5	2	4	3	4	-2	1	0	-5	1	-4	0									
	Stmk-K3	-5	-4	-5	-4	-4	-5	5	3	3	3	-5	5	-2	-4	-3	-4	4	-4	4	2	5									
		Salzburg					Steiermark																								

Salzburg

Steiermark

Abb. 9: Q-Sorts zum Thema Barrieren – Sortierungen der Q-Statements der Experiment- und Kontroll-Familien von -5 (trifft gar nicht zu) bis +5 (trifft völlig zu). (Eigene Darstellung)

schwierig und Nr. 49 *Für den Kauf und die Verarbeitung von regionalen Lebensmitteln ist viel Wissen notwendig, z.B. wie man einrext*. Bei beiden Statements handelt sich um Statements, die aus den Erfahrungsberichten aus der Dokumentenanalyse generiert wurden. Es liegt also nahe, dass die Kontroll-Familien diesen Erfahrungen nicht zustimmen können. Auffällig ist außerdem, dass es unter den Kontroll-Familien ProbandInnen gibt (z.B. Sbg-K6), die fast alle Barrieren, bis auf einige wenige, von –3 bis –5 verteilt haben. Unter den Experiment-Familien ist es eine derartig durchgängige Ablehnung gegenüber den Barrieren nicht ersichtlich. Es scheint, als könnten die Experiment-Familien durch ihre Erfahrungen mehr Barrieren zustimmen und haben deswegen ein realistischeres, weniger verklärtes Bild von der regionalen Ernährung.

Fünf Statements, erkennbar an den weißen Feldern, wurden von den ProbandInnen nicht sortiert und übriggelassen. Familie Sbg-E2 hat noch nie etwas selbst angebaut und könnte deswegen nicht sagen, ob es teuer ist oder nicht. Für die Experiment-Familie Stmk-E3 sind die Statements Nr. 36 *Regionale Lebensmittel sind immer nur in der Saison erhältlich* und Nr. 38 *Die Produktqualitäten von regionalen Lebensmitteln sind variabel* keine Barrieren, sondern etwas positives, weil Lebensmittel nur in der Saison gut schmecken und sie genau deswegen nicht gerne im Supermarkt einkauft, weil alle Äpfel immer gleich aussehen. Die Kontroll-Familie Sbg-K1 kann das Statement Nr. 40 *Regionale Verkaufsstätten haben wenig verbraucherfreundliche Öffnungszeiten* nicht auf „0“ legen und muss es deswegen übriglassen, weil sie dieses Statement in ihrer heutigen Alltagsituation (in Karenz) ablehnt, aber noch vor einiger Zeit durch ihre Berufstätigkeit zugestimmt hätte. Die Kontroll-Familie Sbg-K2 sortierte das Statement Nr. 42 *Durch regionale Ernährung muss ich auf viele Produkte verzichten* nicht, weil sie der Meinung ist, dass man Produkte wie bspw. Bananen nur kauft, weil sie der Markt anbietet. Würde sie jedoch nur regionale Produkte in den Supermärkten bekommen, würde sie Bananen gar nicht vermissen und somit darauf auch nicht verzichten müssen. Die Probandin deutet im Zuge dessen auf ihre Kindheit in Tschechien hin, wo es Bananen nur zu Weihnachten gab und sie Kiwis erst im Alter von 15 Jahren kennen lernte. Auf nicht regionale Produkte hatte sie deshalb nicht verzichten müssen, weil sie gar nicht daran dachte, dass es diese gibt.

Anhand der soeben gezeigten Sortierungen lassen sich einzelne Unterschiede zwischen den beiden Untersuchungsgruppen erkennen. Eine eindeutige Trennung der Meinungsbilder ist jedoch nicht ersichtlich. Deshalb wurde eine Typisierung anhand der Q-Methode durchgeführt, die Aufschlüsse darüber geben soll, ob ProbandInnen Meinungsbilder miteinander teilen. Die Analyse und die Ergebnisse werden im Kapitel 5.3 *Typisierung anhand der Q-Methode* dargestellt.

5.2. Lerneffekte der Selbstexperimente

Das folgende Kapitel widmet sich den Experiment-Familien und deren Lerneffekten. Es handelt sich um Erkenntnisse, die aus der Dokumenten- und Interviewanalyse erhoben wurden. Es soll festgestellt werden, ob durch die Selbstversuche langfristige Lerneffekte bei den Familien aufgetreten sind. Hat sich der Alltag der Familien durch das Projekt verändert? Ernähren sie sich heute noch regional, oder sind sie in ihre alten Verhaltensmuster zurückgefallen?

Bei den meisten TeilnehmerInnen ist das Konsumverhalten nach dem Projekt wieder lockerer geworden. Zurück zu gewohnten Mustern und zur Bequemlichkeit, alles nicht mehr so streng sehen und auch nicht mehr weit herumfahren nur für einen regionalen Salatkopf. Geändert hat sich dennoch viel. Eine Familie kauft seit dem Projekt kein Billig-Fleisch mehr in Supermärkten, sondern nur noch bei ihren regionalen Versorgern. Auch ihren Fleischkon-

sum reduzierten sie seit dem Projekt. Für andere Familien hat das Projekt das Konsumverhalten und die Grundeinstellung nicht geändert, dies sei bereits zu gefestigt gewesen.

Viele berichten davon, dass sie neue Versorger und Leute kennen gelernt haben. Durch eine selbstständige Informationssammlung eigneten sich die Familien neues Wissen über regionale Versorgungsstrukturen an. Haben sie früher „nicht recht gewusst, wo man was her kriegt“, denken sie heute nicht einmal noch nach, ob sie den Wochenendeinkauf bei einem regionalen Hofladen machen sollen oder nicht, sie tun es einfach. Wissen wurde nicht nur hinsichtlich der Versorgerstrukturen generiert, sondern auch über die Verarbeitung, Zubereitung, Haltbarmachen und den eigenen Anbau von regionalen Produkten. So probierten manche Familien das erste Mal, eigenes Brot zu backen, selber Sauerkraut herzustellen oder Obst für den Winter zu dörren. Neben viel Detailwissen zu bestimmten Produkten, wie z.B. dass Milchprodukte im Supermarkt sehr regional sein können, wurde auch das Bewusstsein über Gütesiegel gestärkt. Viele Familien berichten von alten Rezepten oder alten Sorten, die sie durch das Projekt wieder entdeckt haben, wie bspw. Gerichte mit roter Rübe.

Übrig geblieben ist nach dem Projekt definitiv der bewusstere Umgang mit Lebensmitteln. Die Qualität und die Vielfalt von regionalen Lebensmitteln wurden zu schätzen gelernt. Eine Familie erwähnt hierzu aber, dass ausschließlich regionale Ernährung für sie auf die Dauer zu einschränkend und unausgewogen sei. Dabei spielt das Konsumverhalten vor dem Projekt, aber auch wie strikt die eigene Regionsgrenze gezogen wurde, eine große Rolle. Beides variierte unter den Familien sehr stark. Manche Familien haben die Regionsgrenze wegen der Nähe zu benachbarten Bundesländern ausgeweitet, andere wiederum haben die Region sogar noch kleiner gezogen (z.B. nur den eigenen Bezirk als Region gesehen). Und wieder andere waren mit Österreich als Region schon sehr zufrieden.

Der bewusste Umgang hat auch im Bekanntenkreis Wellen geschlagen. Viele Familien berichten von der positiven Wirkung des Projekts auf andere Leute, die nicht selbst am Projekt teilgenommen haben. Ein Jahr nach dem Projekt fragen noch immer Bekannte nach, wie es der Familie mit der regionalen Ernährung geht und überlegen, was auch sie im eigenen Rahmen ändern könnten, um regionaler zu essen.

Überraschend war für viele Familien, dass durch die regionale Ernährung viel weniger Müll entsteht. Eine Familie berichtet sogar, dass es um die Hälfte weniger sei, im Vergleich zu ihrer vorherigen Einkaufsweise. Eine Familie war auch sehr überrascht darüber, dass man im Supermarkt fast keine regionalen Produkte kaufen kann. Vor dem Projekt dachte sie, man schaut einfach auf die Produktkennzeichnungen und sucht sich so seine regionalen Produkte im Supermarkt aus. Durch das Projekt haben sie gelernt, dass man nur sicher sein kann, wenn man direkt beim Erzeuger kauft. Dass der Zugang zu regionalen Produkten so schwer sein wird, hätten sie nicht gedacht.

Eine weitere Überraschung war für einige Familien der Preis. Viele haben gedacht, dass die regionale Ernährung teurer kommen wird. Diese Erwartung hat sich für sie jedoch nicht bestätigt. Eine Familie aus Salzburg erklärt sich das wie folgt: „Was mich voll überrascht hat? Ja, dass man Geld spart. Hätt ich mir nicht gedacht. Und gleichzeitig abnimmt. Und was beides aber logisch erklärbar ist. Da man weniger Auswahl hat und weniger kauft.“ Dieselbe Familie erwähnt auf die Frage hin, was sie am Projekt gelernt hat, dass alles geht, was man sich vornimmt, dass regionale Ernährung aber sehr wohl Verzicht bedeutet.

Die Lerneffekte unter den Familien sind sehr unterschiedlich, da diese stark von der Ausgangssituation abhängig sind. Eine Familie hat sich bereits vor dem Projekt fast ausschließlich regional ernährt. Das Projekt hat sie in ihrem Tun nur gestärkt, große Überraschungen gab es für sie natürlich nicht. Andere wiederum mussten sich selbst Wissen über Versorgungsstrukturen, Verarbeitungstechniken und Anbaumöglichkeiten aneignen. Für sie ist der

Lerneffekt deutlich größer gewesen. Eine Familie aus der Steiermark fasst noch einmal zusammen:

Also ich würde sagen, man muss, wenn man das machen will, das immer schon zu einem gewissen Teil gemacht haben, weil sonst ist das nicht möglich. Wenn du gern von Tiefkühlpizza und Kebab gelebt hast, dann schaffst du das nicht.

5.3. Regionale Versorgungsstrukturen und Produktpalette

Im Zuge der Interviewbefragungen wurden mit den Experiment- und Kontrollfamilien Mind-Maps zu ihren Versorgungsstrukturen erstellt. Mit Hilfe der nachstehenden Auswertungsmatrix (Tabelle 14) wurden die Ergebnisse miteinander verglichen. Viele Versorger wurden von den Experiment-Familien in den Zeitungsberichten erwähnt, dennoch konnten während der Interviews noch weitere Versorger ergänzt werden. Die Kontroll-Familien wurden gebeten, jene Versorger zu markieren, die sie kennen (nicht vorausgesetzt, dass sie dort auch einkaufen). Eine Forschungsfrage ist, ob die Kontroll-Familien gegenüber den Experiment-Familien ein Informationsdefizit haben, weil sie nicht an Selbstversuchen teilgenommen haben.

Die Auswertung der Mind-Maps zeigt, dass fast alle Kontroll-Familien (nur Sbg-K3 nicht), den überwiegenden Teil der Versorger kennen. Die Kontroll-Familien Sbg-K2, Sbg-K6, Stmk-K2 und Stmk-K3 kennen insgesamt sogar mehr Versorger als deren Experiment-Familie. Davon wird abgeleitet, dass die Experiment-Familien nicht automatisch einen Informationsvorsprung aufgrund der Projektteilnahme haben. Auch manche Kontroll-Familien sind sehr gut über regionale Versorger informiert.

Die Familien beziehen ihre Lebensmittel von unterschiedlichen Quellen, auch wenn Experiment- und Kontroll-Familie aus den gleichen oder sehr nahen Ortschaften kommen. Der Haupt-Versorger, wo die ProbandInnen nach eigenen Angaben am häufigsten einkaufen, ist bei 4 Kontroll- und Experiment-Familien ident (Sbg-E1/K1, Sbg-E2/K2, Sbg-E3/K3 und Sbg-E6-K6). Bei den anderen fünf Untersuchungspaares aber nicht. Der Vergleich zwischen den verschiedenen Versorger-Typen zeigt bei Experiment- und Kontroll-Familien Sbg-E1/K1, Sbg-E2/K2 sowie Sbg-E3/K3 ähnliche Versorgerstrukturen. Diese drei Untersuchungspaares weisen ein ähnliches Muster dahingehend auf, wie häufig sie bei den jeweiligen Versorger-Typen einkaufen. Bei den anderen Experiment- und Kontroll-Familien zeigen sich keine eindeutigen Zusammenhänge hinsichtlich ihrer Versorger-Typen.

Des Weiteren wurden die Distanzangaben der Mind-Maps ausgewertet. Es stellte sich die Frage, ob Experiment-Familien tendenziell weitere Einkaufswege akzeptieren, so wie sie es des Öfteren in ihren Zeitungsberichten erwähnt haben. Auf 6 von 9 Experiment-Familien trifft diese Annahme zu (wie z.B. bei Sbg-E3). Sie geben weitere Entfernungen zu ihren Versorgern an, als ihre Kontroll-Familie. In den Interviews wurde aber häufig erwähnt, dass die weit entfernten Versorger nicht regelmäßig angefahren werden oder nur im Zuge von Besuchen oder Arbeitswegen.

Ebenfalls wurden die ProbandInnen in den Interviews bezüglich ihrer Zufriedenheit mit ihrer Versorgerstruktur befragt. Sie berichteten über Vor- und Nachteile ihrer Versorger, aber auch über Wünsche, die sie hinsichtlich ihrer Versorgungssituation haben.

Tabelle 15 zeigt eine Auflistung von Vor- und Nachteilen, die die ProbandInnen im Zuge ihrer Mind-Map-Erstellung ausgesprochen haben. Diese decken sich teilweise mit den Motiven und Barrieren, machen jedoch verständlich, welche Aspekte für die ProbandInnen von großer Bedeutung sind. Dass die erwähnten Nachteile auch sehr starken Einfluss auf den Kauf bzw. Nicht-Kauf von regionalen Produkten haben können, zeigt folgendes Zitat: „Den rufst an, der kommt vom Privathaus rüber und wenn er da ist, hast ein Glück gehabt und

Tab. 14: Matrix zur Auswertung der Versorgungsstruktur-Mind-Maps. Datengrundlage: grafische Darstellungen der Mind-Maps, durch Interviewtranskripte ergänzt. (Eigene Darstellung)

Matrix zur Auswertung der Mind-Maps																
Experiment-/Kontroll-Familie	Sbg-		Sbg-		Sbg-		Sbg-		Sbg-		Sbg-		Sbg-		Sbg-	
	E1	K1	E2	K2	E3	K3	E4	K4	E5	K5	E6	K6	E1	K1	E2	K2
Anzahl der bekannten Versorger	13	10	14	17	12	8	15	12	13	9	9	13	10	10	10	14
Anzahl der Experiment-Familien-Versorger, die Kontroll-Familien kannten ¹		8		12		5		10		7		8	6		8	
Entfernungen der Versorger	0-9	1-7	2-20	2-20	0-25	1-3	1-30	2-12	0-25	1-3	0-2	0-10	2-50	0-9	0-75	0-30
Ranking des Versorger-Typs nach Häufigkeit des Einkaufs (1 = am häufigsten)																
Lebensmitteleinzelhandel (Billa, Spar, Hofer, etc.)	3	2	1	1	1	1	2	1		1	1	1	2	1	4	1
Fachbetrieb: Metzgerei, Bäckerei, Käseerei, Molkerei, Fischerei	2	2	3	3			3	2	3	2	2	3	1	2	2	2
Direktvermarktung (ab Hof, beim Bauern direkt)	4	3	2	2			4		4		4		5	4	3	4
Bauernmarkt	1	1	4	4	3	2	1	3	2		3		3	1	1	3
Bauernladen			1	1									4			6
Eigenversorgung (Garten, Verwandte)	1								1			2			1	4
Lieferdienst					2						5	3		3	5	3
Sonstige (z.B. Lagerhaus, Milchautomat)	5			5	4		5	3								4
Anzahl der Versorger, bei denen Kontroll- und Experimentfamilie einkaufen	5		6		2		3		3		5		4		6	3
Identier Haupt-Versorger von Kontroll- und Experimentfamilie	Ja		Ja		Ja		Nein		Nein		Ja		Nein		Nein	Nein

¹ Beispiel: Kontroll-Familie Sbg-K1 kannte 8 von 13 Versorgern, die von ihrer Experiment-Familie Sbg-E1 genannt wurden. Die Kontroll-Familie Sbg-K1 erwähnte zusätzlich noch 2 Versorger, die die Experiment-Familie Sbg-E1 zuvor nicht genannt hatte. Der Kontroll-Familie Sbg-K1 waren somit insgesamt 10 Versorger bekannt.

Tab. 15: Vor- und Nachteile der Versorgungsstrukturen. (Eigene Darstellung, Interviewbefragung)

Vorteile	Nachteile
Persönliche Kontakt am Bauernmarkt, Flair	Schlechte Öffnungszeiten Bauernmarkt
Vertrauen	Verfügbarkeit (Schlachtung nur 1-/2-mal jährl.)
Besseres Gefühl	Zu weite Wege, mehrere Versorger
Nette Bauernfamilie	Fleisch nicht geschmeckt, schlechte Qualität
Lieferung: Vitalkisterl, Joghurt	Altbauer ist sehr eigen, komisch
Versorger, die auf gute Qualität schauen	Teuer
Auswahl o.k.	Keiner zu Hause bei Direktvermarkter
Wochenmarkt, alle Bauern beisammen	Auswahl im Bauernladen
Kind bekommt viel geschenkt beim Einkaufen	Organisation
Gute Beratung, nette Angestellte	

wenn nicht, dann sagt er, da kommst halt morgen wieder. Na morgen kommen wir nicht wieder!“

Neben diesen Vor- und Nachteilen äußerten sich die ProbandInnen auch zu ihren Wünschen. Viele der Familien haben ähnliche Wünsche hinsichtlich ihrer Versorgungssituation. Sie wünschen sich eine größere Auswahl an regionalen Produkten in Supermärkten oder gleich einen supermarkttähnlichen Regional-Markt, der alles aus der Region zusammenfasst und längere Öffnungszeiten hat als ein Bauernmarkt. Überhaupt wünschen sich viele bessere Öffnungszeiten auf den Bauernmärkten, da diese mit ihrer Berufstätigkeit nur schwer zu vereinbaren sind. Außerdem wünschen sich Salzburger Familien einen Versorger für Hühner- oder Putenfleisch, weil es diese in ihrem Bundesland nicht gibt. Familien aus den Bezirken Lungau und Murau würden sich gelieferte Gemüse- oder Obstkisterl wünschen. Interessant ist auch Persönlicheres, wie der Wunsch, selbst motivierter zu sein, um mehr über regionale Produkte wissen zu wollen und öfter auf den Wochenmarkt zu gehen. Oder der Wunsch, dass mehr KonsumentInnen umdenken, regionaler zu essen.

Klar erkennbare Unterschiede zwischen den Versorgungsstrukturen der beiden Bundesländer gibt es nicht. Vielmehr wird deutlich, dass regionsspezifische Strukturen mehr durch die landwirtschaftliche Produktion als durch Bundesländergrenzen geprägt sind. So berichten die Familien aus dem Lungau und dem nahegelegenen Murau von der Schwierigkeit, Versorger von regionalem Gemüse zu finden, weil es aufgrund der geografischen Lage keinen Gemüseanbau gibt. Die Versorgung mit Rindfleisch ist für diese Region aufgrund der dort typischen landwirtschaftlichen Struktur kein Problem. Der Bezirk Murau gehört zwar zur Steiermark, weist aber eine sehr ähnliche Versorgungsstruktur auf wie der Lungau. Im Salzburger Flachgau bspw. wird Gemüse von den Walser Bauern angebaut und in Form von Gemüsekanisterln komfortabel geliefert. Schweine- oder Putenfleisch wird in dieser Region nicht hergestellt, die Familien berichten hierzu also von Defiziten. In der Südsteiermark gibt es hingegen Schweinefleisch, aber die Versorgung mit regionalem Rindfleisch ist nicht so einfach wie in dem von Milchwirtschaft geprägtem Flachgau. Neben diesen regionalen Produktionsschwerpunkten unterscheiden sich die Versorgerstrukturen auch von einem Dorf zum nächsten. So berichtet eine Kontrollfamilie von einem besonderen Lieferservice, die Experiment-Familie, welche in der angrenzenden Ortschaft wohnt, erwähnt diesen aber nicht. Generell wird nur in der Steiermark von Lebensmittelgeschäften erzählt, die sich stark auf regionale Lebensmittel fokussiert haben. Eines hat angeblich auch aufgrund des Projekts ein großes Regionalregal eingerichtet. In den Bezirken Lungau, Murau und Pongau gibt es keine Möglichkeit von Gemüselieferservices, im Flachgau hingegen schon.

Abgesehen von diesen Unterschieden ist die Grundstruktur der Versorgung mit regionalen Produkten in allen Regionen ähnlich. Überall gibt es Bauernmärkte, Direktvermarkter und Supermärkte, die mehr oder weniger regionale Lebensmittel anbieten. Spezielle Angebote, wie Lieferservices oder besondere Hofläden, variieren nicht nur sehr stark zwischen den Regionen, sondern auch von Dorf zu Dorf.

Neben dem objektiven Angebot, spielt auch die Wahrnehmung der KonsumentInnen eine entscheidende Rolle. In die wahrgenommene Versorgerstruktur fließen die Verankerung im Dorf, persönliche Kontakte und das eigene Wissen über regionale Versorger, das wiederum von der eigenen Motivation geleitet wird, mit ein. Die Wahrnehmung über Defizite der Versorgungssituation ist auch stark mit der eigenen Zufriedenheit verknüpft. Eine Probandin erwähnt in diesem Zusammenhang, sie hätte vielleicht auch nicht solche Ansprüche wie andere, weil „wenn ich jetzt was nicht kriege und ich muss nach Murau fahren, haut mich das jetzt nicht unbedingt aus den Schuhen“. Die eigenen Erwartungen spielen also eine große Rolle bei der Zufriedenheit mit der Versorgerstruktur.

An und für sich waren die Interviewten mit ihren Versorgungsstrukturen sehr zufrieden. Eine Probandin bedankt sich sogar am Ende der Mind-Map-Erstellung:

Ich schau mir das jetzt an, da sind wir ja voll super. Ist mir noch gar nicht so bewusst geworden, jetzt erst durch dich. Danke, dass du mir da überhaupt die Augen geöffnet hast, wie gut es mir geht.

Die eben angesprochenen landwirtschaftlichen Strukturen prägen auch die regional erhältlichen Produkte. Hier zeigen sich kleine Unterschiede zwischen den beiden Bundesländern. Vor allem in der Südsteiermark sind landwirtschaftliche Produkte in einer großen Vielfalt erhältlich. Schwierigkeiten gab es lediglich bei Müsli, Speiseöl zum Erhitzen und Chili zum Würzen. So berichteten die steirischen Interviewten von Getreide-, Schweine- und Geflügelbetrieben in ihrer Region. In Salzburg erwähnten die Interviewten, dass Puten-, Schweine- und Hühnerfleisch nur sehr schwer bis gar nicht erhältlich sind. Auch bei Wurst und Fisch erwähnten einige Salzburger Schwierigkeiten. Ebenso waren Mehl, Brot, Haferflocken und Nudeln aus Salzburger Zutaten sehr schwer oder nicht verfügbar. Salzburger Mühlen, die österreichisches Getreide verarbeiteten, wurden jedoch genannt.

Die erwähnten leicht erhältlichen Produkte in Salzburg reichten von Gemüse (Kartoffeln, Rübenfrüchte), über Obst (Äpfel, Erdbeeren, Marillen, Zwetschken), Rindfleisch und Fisch, Milchprodukte (Käse, Milch, Joghurt), Eier bis hin zu Apfel- und Birnensäfte. In der Steiermark sieht diese Produktpalette ähnlich aus und wurde noch mit Chinakohl, Hühnerfleisch, Kürbisprodukten und Wein ergänzt.

Allgemein lässt sich aber nicht sagen, dass in der ganzen Steiermark mehr Produkte erhältlich waren als in Salzburg. So berichtete die Familie aus dem Bezirk Murau von Defiziten mit der Versorgung mit frischem Gemüse in ihrer Region. Die Produktpalette ist demnach stark Regionsabhängig und nicht unbedingt nur auf das Bundesland zu reduzieren. Die Erfahrungen wurden auch davon beeinflusst, wie strikt die ProbandInnen die Regeln der Projekte verfolgt haben. Wird die Regionsgrenze beliebig auf ganz Österreich oder ein angrenzendes Bundesland ausgeweitet, sind Produkte, die im eigenen Bundesland nur schwer verfügbar sind, leichter erhältlich.

Die genaue Betrachtung, auf welche Produkte die Experiment-Familien tatsächlich streng verzichtet haben, welche Ausnahmen sie gemacht haben und welche regionalen Ersatzprodukte sie gefunden haben, zeigt Tabelle 16.

Tab. 16: Verzicht, Ausnahmen und regionale Alternativen von Produkten in Salzburg und der Steiermark. (Eigene Darstellung, Interviewbefragung und Dokumentenanalyse)

Auf diese Produkte wurde verzichtet	Zucker	Kaffee	Kakao	Reis
	Schweinefleisch	Fertigprodukte	Tomatensauce	Kekse
	Südfrüchte	Pizza	Pudding	Tiramisu
	Lachs, Tunfisch	Fischstäbchen	Vitaminpräparate	Nutella
	Nudeln	Nüsse	Alkohol. Getränke	Tee
	Schokolade	Franz. Käse	Ketchup	Senf
	Orangensaft	Dosen-Bohnen	Oliven	
	Gewürze (Ingwer, Knoblauch, Chili, Curry, Safran, Zitronengras)			
Ausnahmen: auf diese Produkte wurde nicht verzichtet	Nudeln von Barilla		Zucker	Senf
	Schweine- und Putenfleisch		Kaffee	Risotto
	Chinesisches Essen		Mandarinen	Mehl
	Schoko-Kuchen und Prosecco zum Geburtstag			Soletti
	Natron, Streusel, Lebensmittelfarbe für Kekse			Olivenöl
	Schokolade, Eis, Bananen, Mango für Kinder			
	Wassermelone und Nektarine (wegen Schwangerschaft)			
Regionale Alternativen, Ersatzprodukte	Dinkelreis statt Reis		Hirse statt Reis	
	Suppenwürze selbst hergestellt		Eis selbst hergestellt	
	Bärlauchpesto zum würzen		Nudeln selbst hergestellt	
	Butterschmalz selbst hergestellt		Äpfel, Birnen, Marillen	
	Chinakohl statt Salate im Winter		Hasel-, Walnüsse statt Mandeln	
	Tauernroggen aus dem Lungau		Lachsforelle statt Lachs	
	Honig statt Zucker		Hollundersaft statt Orangensaft	
	Joghurt statt Schokolade		Apfelsaft statt Limonaden	
	Brot selbst hergestellt		Dinkelnudeln, Hanfnudeln	
	Kartoffeln statt Reis		Kuchen statt Kekse	
	Früchte kandiert statt Gummibärchen			Polenta
	steirischer Asmonte-Hartkäse statt Parmesan			Kräutertee
	Brennnesselsamen und Kräuter als Pfefferersatz			

Wurden für nicht regionale Produkte keine Alternativen gefunden, verzichteten die Familien darauf. Ausnahmen wurden von den Experiment-Familien meist in besonderen Fällen gemacht, wie zu Geburtstagen, für Weihnachtskekse, für Kinder oder für Gelüste während der Schwangerschaft. Interessant sind besonders die regionalen Ersatzprodukte, die Familien nach eigener Recherche gefunden haben. So wurden während dem Projekt alte Sorten an Gemüse, lokale Kräuter (wie bspw. Brennnesselsamen als Pfefferersatz) oder ganz neue Produkte wie Hanfnudeln kennen gelernt. In mancher Hinsicht konnte das regionale Substitut durch Geschmack überzeugen, manchmal aber nicht. So konnten Kinder oft nur schwer von Dinkelreis überzeugt werden und auch der Apfelsaft wurde nach Monaten eintönig.

Die Erfahrungen zu den erhältlichen Produkten sind zwischen den Familien sehr unterschiedlich. Eine Familie berichtet von der großen Vielfalt an selbst hergestellten regionalen Schmankerln (wie bspw. Chutneys oder Marmeladen), eine andere wiederum betont die Eintönigkeit der regionalen Ernährung, die auch auf die Gesundheit schlagen kann. Die unterschiedlichen Erfahrungen begründen sich darauf, wie strikt die Regionsgrenzen gezogen wurden, wie konsequent auf Produkte verzichtet wurde und wie der persönliche Weg zum Erfolg des Projekts ausgesehen hat. Für die eine Familie war der Weg zum Ziel die Selbstversorgung, woraus sich eine gute Vielfalt an selbst verarbeiteten Produkten entwickelte, die andere Familie entschied sich für strikten Verzicht.

Ähnlich wie bei den Versorgungsstrukturen ist auch bei den regionalen Produkten eine klare Unterscheidung zwischen den Bundesländern nicht ersichtlich. Aufgrund der landwirtschaftlichen Strukturen sollten die Projektbezirke besser in drei Regionen eingeteilt werden: Salzburger Flachland (Flachgau, Stadt Salzburg, Tennengau), Innergebirg (Pinzgau, Pongau, Lungau und Murau) und Südsteiermark (Leibnitz, Weiz, Graz). Die Erfahrungen zu regionalen Produkten ähneln sich jeweils in diesen drei Regionen. Die Unterschiede zwischen diesen Regionen sind hinsichtlich der regional erhältlichen Produkte wegen der geografischen Lage und der unterschiedlichen Landwirtschaft sehr stark erkennbar.

Die regionale Produktpalette wird neben diesen landwirtschaftlichen Produktionsstrukturen auch maßgebend von der Saisonalität beeinflusst. Aufgrund der unterschiedlichen Projektzeiträume wurde deshalb angenommen, dass sich die Wintervorbereitung zwischen den beiden Bundesländern unterscheiden. Während zwei Familien aus der Steiermark die Wintervorbereitungen sehr ernst genommen haben und schon im Sommer Chutneys, Zwetschenröster, Kompotte und Marmeladen eingekocht, Äpfel und Zwetschen gedörft und alles Mögliche eingefroren haben, hat die andere Familie aus der Steiermark keine großen Vorbereitungen getroffen. Sie wollten schauen, was der regionale Markt im Winter zu bieten hat. Prinzipiell habe das gut funktioniert, „nur irgendwann sind die Lageräpfel allen bei den Ohren rausgehängt“. Auch der Redakteur der „Kleinen Zeitung“ ist sich sicher, dass die regionale Ernährung im Winter sehr eintönig ist. Das Projekt hat in der Steiermark im Februar geendet, danach wäre aber eine Durststrecke gekommen, bestätigt er.

Das hat man bei den Familien auch gemerkt. Bis nach Weihnachten war es ja kein Problem. Und Jänner, o.k. Aber dann hast du gemerkt, der Winter ist echt lang. [...] Landwirtschaftliche Produkte in der Steiermark: bis Mai ist da wahrscheinlich kaum was.

Das Projekt in Salzburg endete Mitte Oktober. Die Salzburger Familien haben demnach explizit keine Wintervorbereitungen getroffen. Mit Ausnahme einer Familie, die sich bereits vor dem Projekt zu einem Großteil regional ernährt hat und deshalb auch viele Wintervorbereitungen getroffen hat. Für diese Familie war der primäre Gedanke, wie weit sie sich selber versorgen kann.

Somit zeigt sich, dass die Motivation dafür, Lebensmittel für den Winter einzulagern oder zu verarbeiten, stärker von der eigenen Überzeugung abhängig ist als von vorgegebenen Projektzeiträumen.

5.4. Typisierung anhand der Q-Methode

Die Vorgehensweise bei der Q-Methode wurde bereits in Kapitel 4.4 dargestellt. Infolgedessen fokussiert sich dieser Abschnitt auf die Durchführung der Analyse mit Hilfe des Programms *PQMethod* und die Beschreibung der generierten Faktoren. Der gesamte Q-Output der folglich erklärten Analyse ist in Anhang D ersichtlich.

5.4.1. Faktorenanalyse, Rotation und Auswahl der Faktoren

Zu Beginn der Q-Analyse wurden die Q-Statements und die Q-Sorts in das Programm *PQMethod* eingelesen. Da das Programm prinzipiell für die Auswertung von *Forced* Q-Sorts entwickelt wurde, ist es zu Beginn notwendig, eine fiktive quasinormalverteilte Anordnung in das Programm einzugeben. Das Programm fragt nach der Anzahl der ma-

ximal möglichen Statements pro Spalte/Kategorie. Das heißt, es muss angegeben werden, dass z.B. bei „–5“ maximal 3 Statements gelegt werden dürfen, bei „–4“ maximal 4 Statements usw. (vgl. Abbildung 6). Da im Fall einer *Unforced Distribution* aber beliebig viele oder auch keine Statements pro Kategorie gelegt werden dürfen (vgl. Tabelle 7), wurde eine fiktive Struktur, wie es das Programm verlangt, eingegeben. Dabei müssen zwei Bedingungen beachtet werden: Es muss dieselbe Skala (von „–5“ bis „+5“) verwendet werden und die Anzahl der Q-Statements dieser fiktiven quasinormalverteilten Anordnung muss gleich der Anzahl der Q-Statements aus der durchgeführten freien Verteilung sein. Ist dieses fiktive quasinormalverteilte Grundgerüst in das Programm eingegeben, erlaubt *PQMethod* sodann die mit den ProbandInnen durchgeführten freien Q-Sorts einzugeben. Das Programm weist anschließend darauf hin, dass die eingegebenen Q-Sorts nicht mit der zuvor festgelegten Struktur übereinstimmen. *PQMethod* kann aber folglich angewiesen werden, dennoch mit den eingegebenen Daten fortzufahren. Für die Analyse und Interpretation der *Unforced Q-Sorts* entstehen durch diese Vorgehensweise keine Nachteile. Das Programm *PQMethod* kann somit für *Forced* und *Unforced* Q-Sorts verwendet werden (Ramlo 2014 und Schmolck 2015, elektronische Auskunft).

Nach dem Einlesen der Q-Statements und Q-Sorts wurde eine PCA (*Principal Components Analysis*) durchgeführt. In der *Unrotated Factor Matrix* (siehe Tabelle 17) wurden daraufhin 8 *Principal Factors* ausgegeben. Nun galt es anhand von verschiedenen Entscheidungskriterien auszuwählen, wie viele Faktoren extrahiert und anschließend rotiert werden sollen.

Die folgenden drei Entscheidungskriterien nach Watts und Stenner (2012, 105ff.) wurden angewandt:

Two (or more) significant loadings

Diese Regel besagt, dass jene Faktoren akzeptiert werden, die zwei oder mehr signifikant geladene Q-Sorts aufweisen. Eine signifikante Ladung ($p < 0,01\%$) wird folgendermaßen berechnet

$$2,58 \times (1 \div \sqrt{\text{no. of items in Q-set}}) = 2,58 \times (1 \div \sqrt{50}) = \pm 0,36$$

In Tabelle 17 sind alle Q-Sorts, die dieses Signifikanz-Level überschreiten, mit X markiert. Folglich zeigt sich, dass alle 8 Faktoren akzeptiert werden können.

Eigenvalues (or Kaiser-Guttman Criterion)

Die übliche Methode um die Zahl der zu extrahierenden Faktoren zu definieren, ist die Auswahl nach *Eigenvalues*. Jene Faktoren werden extrahiert, die einen Eigenvalue größer gleich 1,00 haben. In Tabelle 17 sind jene Eigenwerte unterstrichen die diesem Kriterium entsprechen. Nach dieser Methode können 6 Faktoren akzeptiert werden.

Humphrey's rule

Nach der *Humphrey's rule* ist ein Faktor signifikant, wenn das Produkt aus den beiden höchsten Ladungen (Vorzeichen ignoriert) höher ist als zweimal der *Standard Error*.

$$SE = 1 \div (\sqrt{\text{no. of items in Q-set}}) = 1 \div (\sqrt{50}) = 0,14$$

$$2 \times SE = 2 \times 0,14 = 0,28$$

In Tabelle 17 wurden jeweils die beiden höchsten Ladungen eines Faktors fett markiert. Das Produkt aus diesen beiden Ladungen ist für jeden Faktor dargestellt. Faktoren, die

nach der *Humphrey's rule* ein Produkt $>0,28$ aufweisen, wurden unterstrichen. Nach diesem Auswahlkriterium können 4 Faktoren akzeptiert und in weiterer Folge rotiert werden.

Tab. 17: *Unrotated Factor Matrix*. (Eigene Darstellung, Output PQMethod)

Unrotated Factor Matrix		Factors							
		1	2	3	4	5	6	7	8
SORTS									
1 Sbg-E1	0.7875X	0.1485	-0.2843	0.2637	0.0404	-0.0768	0.2030	-0.1218	
2 Sbg-E2	0.6256X	-0.1392	-0.0294	0.0119	-0.1017	-0.5120X	0.3714X	-0.1776	
3 Sbg-E3	0.5457X	0.5518X	-0.1977	0.2164	0.0678	-0.0990	-0.1023	0.3933X	
4 Sbg-E4	0.6444X	0.0987	-0.1605	0.2972	-0.0540	0.4180X	0.0568	-0.0756	
5 Stmk-E1	0.5588X	-0.3505	0.1056	0.5286X	0.1857	0.1924	-0.1692	-0.1721	
6 Stmk-E2	0.7498X	-0.1645	-0.0318	0.0605	0.3429	0.0539	0.0124	0.0074	
7 Sbg-E5	0.5189X	-0.2163	0.0356	-0.0820	-0.3084	0.5205X	0.3306	0.3642X	
8 Sbg-E6	0.0580	-0.2183	0.5507X	0.6092X	-0.2320	-0.2766	-0.1244	0.1047	
9 Stmk-E3	0.5354X	0.3086	-0.5467X	0.2304	-0.1585	-0.2479	-0.1331	0.1212	
10 Sbg-K1	0.6740X	-0.2757	-0.0777	-0.1504	0.0060	0.1062	-0.3365	-0.0174	
11 Sbg-K2	0.7962X	-0.1525	-0.1775	-0.1929	0.0625	0.0515	-0.0185	-0.2753	
12 Sbg-K3	0.5008X	0.4078X	0.4455X	-0.0019	-0.2669	0.0985	0.3757X	-0.2143	
13 Sbg-K4	0.3749X	0.4713X	0.3819X	-0.0448	-0.4172X	0.0882	-0.4071X	-0.1084	
14 Stmk-K1	0.6497X	-0.4824X	0.0103	-0.2651	-0.1217	-0.0257	-0.2388	-0.0018	
15 Stmk-K2	0.6395X	0.3876X	0.2963	-0.2918	0.2634	-0.0609	-0.1392	-0.0368	
16 Sbg-K5	0.4280X	0.3577	0.3903X	-0.1122	0.5631X	0.0194	0.0816	0.1291	
17 Sbg-K6	0.6665X	-0.0049	-0.0662	-0.4119X	-0.3201	-0.2007	-0.0189	0.1023	
18 Stmk-K3	0.5240X	-0.5222X	0.3227	-0.0527	0.0887	-0.2245	0.0898	0.2904	
Eigenvalues	6.3709	1.9665	1.4927	1.3212	1.1065	1.0282	0.8760	0.6413	
% expl.Var.	35	11	8	7	6	6	5	4	
Cross-product	<u>0,627</u>	<u>0,288</u>	<u>0,301</u>	<u>0,366</u>	0,235	0,266	0,153	0,143	
2 highest loadings									
b = highest loadings (ignoring the sign)									

In weiterer Folge wurde zum besseren Vergleich mit allen drei Varianten (8, 6 und 4 Faktoren) eine *Varimax Rotation* durchgeführt. Im anschließenden *Flagging* der rotierten Faktoren wurden die *Confounded Q-Sorts* aussortiert. *Confounders* sind jene Sorts bzw. ProbandInnen, die auf mehr als einen Faktor signifikant laden. Sie sind einem Faktor nicht eindeutig zuordenbar und werden deshalb ausgeschieden. Dies begründet, warum nur ausgewählte Faktoren zur finalen Q-Analyse herangezogen werden.

Nach der vollständigen Analyse aller drei Varianten, wurden folgende Parameter miteinander verglichen.

Tab. 18: Vergleichende Parameter verschiedener Varianten der Q-Analyse. (Eigene Darstellung)

Varianten	Rotierte Faktoren	Ausgewählte Faktoren (ohne Confounders)	Explained Variance	Correlation between factors
Variante 1: two or more significant loadings	8	4	51%	max. 0,47
Variante 2: <i>Eigenvalues</i>	6	3	44%	max. 0,41
Variante 3: <i>Humphrey's rule</i>	4	3	54%	max. 0,34

Tabelle 18 zeigt, dass die drei Faktoren der Variante 3 54% der Gesamtvariabilität erklären. Ebenfalls weist Variante 3 deutlich weniger Korrelationen zwischen den Faktoren auf als die beiden anderen Varianten. Die Entscheidung, welche Variante in der vorliegenden Arbeit verwendet und anschließend interpretiert wird, wurde neben den soeben dargestellten Parametern noch mit einer weiteren Überlegung ergänzt.

Zu Beginn der Arbeit sollte die Q-Methode Aufschlüsse darüber geben, ob Experiment-Familien als die eine Gruppe und Kontroll-Familien als die andere Gruppe unterschiedliche Meinungsbilder zeigen, sprich: jeweils auf unterschiedliche Faktoren laden. Prinzipiell ist die Q-Methode nicht dazu geeignet, von Faktoren zurück auf einzelne ProbandInnen zu schließen. Schließlich ist es primäres Ziel der Q-Methode, deskriptiv die Meinungsbilder der einzelnen Faktoren zu erforschen, und nicht die der einzelnen ProbandInnen. Trotzdem wird nun ein Vergleich gewagt, der vorsichtige Rückschlüsse darüber ziehen soll, ob sich die Meinungsbilder beider Untersuchungsgruppen unterscheiden. Dass Meinungsbilder nicht nur durch die Teilnahme an Selbstexperimenten entstehen, darf dabei nicht außer Acht gelassen werden.

Die folgenden Tabellen 19 und 20 zeigen, welche ProbandInnen signifikant auf einen Faktor laden. Die mit X gekennzeichneten Q-Sorts sind signifikant und definieren den jeweiligen Faktor.

Tab. 19: *Factor Matrix* der Variante 1
(8var_4f). (Eigene Darstellung,
Output PQMethod)

□ Factor Matrix with an X Indicating a Defining Sort

	Loadings			
QSORT	1	2	3	4
1 Sbg-E1	0.1864	0.5307	0.1632	0.5043
2 Sbg-E2	0.3314	0.1992	0.0844	0.0908
3 Sbg-E3	0.0094	0.8296X	0.3658	0.0895
4 Sbg-E4	0.1238	0.3235	0.0691	0.6482X
5 Stmk-E1	0.2834	0.0405	0.0846	0.7942X
6 Stmk-E2	0.4525	0.1996	0.4063	0.4857
7 Sbg-E5	0.2968	0.0489	0.0079	0.1867
8 Sbg-E6	-0.0485	-0.0385	-0.0741	0.1121
9 Stmk-E3	0.1739	0.8560X	-0.0919	0.1664
10 Sbg-K1	0.7286X	0.1474	0.0968	0.3253
11 Sbg-K2	0.6154	0.1422	0.1627	0.4300
12 Sbg-K3	-0.1000	-0.0081	0.3246	0.1437
13 Sbg-K4	0.1595	0.1828	0.1371	0.0146
14 Stmk-K1	0.8551X	-0.0021	0.0033	0.1685
15 Stmk-K2	0.3251	0.1770	0.7117X	0.0694
16 Sbg-K5	0.0171	0.0685	0.8891X	0.1056
17 Sbg-K6	0.6380X	0.2930	0.0799	-0.1622
18 Stmk-K3	0.5772X	-0.0758	0.2756	0.0233
% expl.Var.	17	12	11	11

Tab. 20: *Factor Matrix* der Variante 2
(6var_3f). (Eigene Darstellung,
Output PQMethod)

□ Factor Matrix with an X Indicating a Defining Sort

	Loadings		
QSORT	1	2	3
1 Sbg-E1	0.3209	0.0825	0.7208X
2 Sbg-E2	0.6312	0.0732	0.4329
3 Sbg-E3	-0.0275	0.2563	0.7224X
4 Sbg-E4	0.1097	0.1992	0.4084
5 Stmk-E1	0.2293	-0.1463	0.1735
6 Stmk-E2	0.4790	-0.1045	0.2877
7 Sbg-E5	0.3728	0.3225	-0.0675
8 Sbg-E6	-0.0061	0.1735	-0.0512
9 Stmk-E3	0.1648	0.0723	0.8776X
10 Sbg-K1	0.6139X	0.0397	0.1470
11 Sbg-K2	0.6528X	0.0546	0.3157
12 Sbg-K3	0.1050	0.7443X	0.1333
13 Sbg-K4	0.0324	0.8089X	0.1323
14 Stmk-K1	0.8167X	0.0438	0.0021
15 Stmk-K2	0.3107	0.3996	0.1985
16 Sbg-K5	0.0492	0.1714	0.0600
17 Sbg-K6	0.7114X	0.3809	0.2752
18 Stmk-K3	0.6935	-0.0512	-0.1147
% expl.Var.	20	10	14

In Variante 1 (Tabelle 19) ist erkennbar, dass auf die Faktoren 1 und 3 jeweils drei bzw. zwei Kontroll-Familien laden. Auf die Faktoren 2 und 4 jeweils zwei Experiment-Familien. Eine Trennung der beiden Untersuchungsgruppen ist klar erkennbar. Ebenso bei Variante 2 (Tabelle 20) scheint es eine klare Trennung der Kontroll- und Experiment-familien zu geben. Auf den Faktor 1 und 2 laden nur Kontroll-Familien, auf den Faktor 3 hingegen nur Experiment-Familien.

Tab. 21: *Factor Matrix* der Variante 3
(4var_3f). (Eigene Darstellung,
Output PQMethod)

Factor Matrix with an X Indicating a Defining

QSORT	Loadings		
	1	2	3
1 Sbg-E1	0.4072	0.1941	0.7614
2 Sbg-E2	0.5396X	0.1520	0.2945
3 Sbg-E3	0.0079	0.4122	0.7180
4 Sbg-E4	0.3192	0.1732	0.6099X
5 Stmk-E1	0.4413	-0.0276	0.3428
6 Stmk-E2	0.6299	0.1766	0.3737
7 Sbg-E5	0.5372X	0.1174	0.1259
8 Sbg-E6	-0.0342	0.1079	-0.0929
9 Stmk-E3	0.1392	0.0343	0.8326X
10 Sbg-K1	0.7096X	0.0874	0.2184
11 Sbg-K2	0.7422	0.1630	0.3689
12 Sbg-K3	0.1302	0.7443X	0.1525
13 Sbg-K4	0.0145	0.7011X	0.1292
14 Stmk-K1	0.8509X	0.0234	0.0188
15 Stmk-K2	0.3416	0.7537X	0.1680
16 Sbg-K5	0.1427	0.6697X	0.0757
17 Sbg-K6	0.6326X	0.3146	0.1885
18 Stmk-K3	0.7096X	0.0980	-0.1470
% expl.Var.	24	14	16

Eine weniger starke Tendenz gibt es bei Variante 3 (Tabelle 21). Wiederum laden auf Faktor 2 nur Kontroll-Familien und auf Faktor 3 nur Experiment-Familien. Doch weist diesmal Faktor 1 Ladungen beider Untersuchungsgruppen auf.

An dieser Stelle drängt sich die Frage auf: Wie kommt es überhaupt zur Typenbildung? Wodurch haben ProbandInnen ähnliche Meinungsbilder? Nur aufgrund der Teilnahme an einem Selbstexperiment, der Lerneffekte oder der Selbstselektion?

Natürlich hat ein Selbstexperiment Einfluss auf die Meinungsbildung, aber nicht nur.

Die Interpretation von Faktor 1 wird zeigen, dass auch Kontrollpersonen, die kein Selbstexperiment durchgeführt haben, überzeugte Regionaleinkäufer sein können. Die Tendenz zu unterschiedlichen Meinungsbildern in den beiden Untersuchungsgruppen lässt sich durch die soeben gezeigten Tabellen 19–21 jedoch nicht leugnen.

Untermauert wird die Annahme, dass die Meinungsbilder nicht nur durch die Teilnahme an einem Selbstexperiment beeinflusst werden, auch durch folgende Tabelle. Tabelle 22 zeigt die Korrelationsmatrix aller ProbandInnen. Deutlich erkennbar ist, dass hohe Korrelationen, wie bspw. zwischen der Experiment-Familie F1 und der Kontroll-Familie K2, möglich sind. Ebenso scheint die Experiment-Familie F8 eine deutlich andere Meinung zu haben als andere Experiment- oder Kontroll-Familien.

Tab. 22: Korrelationsmatrix zwischen den Q-Sorts aller ProbandInnen. Niedrigste und höchste Korrelationen fett markiert. (Eigene Darstellung, Output PQMethod)

Correlation Matrix Between Sorts

SORTS	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
1 Sbg-E1	100	61	56	56	44	56	36	0	61	43	64	37	19	33	39	28	35	23
2 Sbg-E2	61	100	24	25	25	44	20	12	31	38	44	34	9	40	25	18	48	43
3 Sbg-E3	56	24	100	36	21	33	18	-4	61	20	25	29	33	9	48	34	29	4
4 Sbg-E4	56	25	36	100	46	51	41	1	41	38	42	34	23	27	31	20	33	15
5 Stmk-E1	44	25	21	46	100	51	25	33	18	42	46	18	7	43	15	16	7	39
6 Stmk-E2	56	44	33	51	51	100	34	4	29	49	59	18	9	46	47	37	43	43
7 Sbg-E5	36	20	18	41	25	34	100	-1	9	37	39	34	14	41	12	9	35	34
8 Sbg-E6	0	12	-4	1	33	4	-1	100	-6	-3	-14	12	15	4	-5	-2	-5	26
9 Stmk-E3	61	31	61	41	18	29	9	-6	100	27	42	15	20	19	20	6	39	5
10 Sbg-K1	43	38	20	38	42	49	37	-3	27	100	55	9	25	56	32	21	45	40
11 Sbg-K2	64	44	25	42	46	59	39	-14	42	55	100	31	16	63	51	22	54	38
12 Sbg-K3	37	34	29	34	18	18	34	12	15	9	31	100	48	10	48	36	33	16
13 Sbg-K4	19	9	33	23	7	9	14	15	20	25	16	48	100	16	43	23	28	-1
14 Stmk-K1	33	40	9	27	43	46	41	4	19	56	63	10	16	100	32	7	54	54
15 Stmk-K2	39	25	48	31	15	47	12	-5	20	32	51	48	43	32	100	56	44	27
16 Sbg-K5	28	18	34	20	16	37	9	-2	6	21	22	36	23	7	56	100	16	20
17 Sbg-K6	35	48	29	33	7	43	35	-5	39	45	54	33	28	54	44	16	100	33
18 Stmk-K3	23	43	4	15	39	43	34	26	5	40	38	16	-1	54	27	20	33	100

Aufgrund dieser Überlegungen scheint Variante 3 (4var_3f) mehr der Realität zu entsprechen als die beiden anderen Varianten. Außerdem weist Variante 3 die *höchste Explained Variance* und die niedrigsten Korrelationen zwischen den Faktoren auf. Infolgedessen wird Variante 3 zur weiteren Analyse herangezogen. Bevor die Faktoren dieser Variante interpretiert werden, zeigt Tabelle 23 eine Übersicht über alle Q-Statements und den dazugehörigen *Factor Arrays* der jeweiligen Faktoren. *Factor Arrays* sind Werte oder Rankings einer Skala von –5 bis +5, die auf den errechneten Z-Scores basieren. Sie dienen der besseren Vergleichbarkeit. Die einzelnen Faktoren könnten aber genauso anhand der Z-Scores verglichen werden. So stimmt Faktor 2 dem Q-Statement Nr. 1 am meisten zu, wobei Faktor 3 dieses Statement mit –2 schwach ablehnt. Anhand der *Factor Arrays* können die unterschiedlichen Meinungen der Faktoren zu den jeweiligen Q-Statements miteinander verglichen und anschließend interpretiert werden.

Zu einigen Statements haben alle drei Faktoren eine übereinstimmende Meinung. Diese sogenannten *Consensus Statements* sind in Tabelle 23 fett markiert. Alle drei Faktoren stimmen demnach überein, dass regionale Lebensmittel besser schmecken, eine bessere Qualität haben, gesünder und frischer sind, keine Hormone enthalten, gentechnisch nicht verändert sind und tierfreundlich produziert wurden. Darüber hinaus bedeutet regionale Ernährung für alle drei Faktoren mehr Vertrauen und Transparenz aber auch Selbstversorgen. Mit regionaler Ernährung wollen alle drei Faktoren gutes Essen für die Familie, den Kindern zeigen, woher die Lebensmittel stammen, und die heimische Landwirtschaft unterstützen. Regionale Lebensmittel werden mit naturnaher, handwerklicher und kleiner Produktion sowie mit kürzeren Transportwegen und Spezialitäten aus der Region in Verbindung gebracht.

Diesen *Consensus Statements* gegenübergestellt sind sogenannte *Distinguishing Statements*. Diese sind in Tabelle 23 mit einem Stern (*) markiert. Durch diese Statements unterscheiden sich die Faktoren signifikant voneinander. So wird bspw. Statement Nr. 3 nur von Faktor 2 mit –4 abgelehnt. Für die beiden anderen Faktoren trifft dieses Statement mit +2 aber schwach zu. Neben der soeben gezeigten Tabelle wurden für die Interpretation der Faktoren sogenannte *Crib Sheets* (siehe Anhang C) verwendet (nach Watts und Stenner 2012, 150ff.). Sie dienen als systematische Struktur, die einzelnen Faktoren zu vergleichen und zu interpretieren.

Tab. 23: Liste der Q-Statements mit durchschnittlichen *Factor Q-Sort Values (Factor Arrays)*.
(Eigene Darstellung, Output PQMethod)

Factor Q-Sort Values for Each Statement

Arrays

Factor

No.	Statement	No.	1	2	3
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	1	3	-2*
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	0	-1	0
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	3	2	-4*	2
4	Reg. P. schmecken besser	4	2	1	0
5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	3	2	4
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	6	2	4	-2*
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0	2	-1
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	8	1	-5*	0
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	5	4	5
10	Reg. LM sind frischer	10	4	3	1
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	11	2	-1*	5
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	12	-1	-1	-4*
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	13	3	0	0
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	3	3	5
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	5	5	5
16	Reg. P. sind unverfälscht	16	3	-2	1
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	17	-2	0	-4*
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	18	0	-3	-2
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	1	-1	1
20	Reg. LM sind gesünder	20	0	1	1
21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	0	1	0
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	22	4	0	0
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	-1	0	1
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	1	2	5
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	5	5	5
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	2	2	2
27	Regional kommt für mich vor Bio	27	0	-3*	4
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	28	-4	-5	-5
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	29	-1	-3	-5
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	30	-2	1	-1
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	-2*	2	3
32	Zu wenig Info über reg. LM	32	-3	0*	-3
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	-2*	-2	3
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-4*	-5*	-1*
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-5*	-2	0
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	4	4	-2*
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-3	-4	-5
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	1*	-2	-2
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	-1	1	-3
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	-4*	0	3
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	-3	0	-1
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	-2	3*	-4
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	-5*	5	1
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-3*	-1	0
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	-1	0	2
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	1*	-2	-3
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-5	-3	1*
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	-1	0	5
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	0	-4*	3
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	50	0	-1	-3*

b = Consensus Statements (do not distinguish between any pair of factors)

*** = Significant Distinguishing Statements (Significance at $P < 0.01$)**

5.4.2. Die Typen

Anschließend werden die Faktoren (in der folgenden Beschreibung als Typen bezeichnet) interpretiert. Um jede Interpretation Statements zuordnen zu können, sind in Klammern die Statement-Nummern und die dazu gehörigen *Q-Sort Values* aus Tabelle 23 angeführt.

Typ 1: der patriotische Regionaleinkäufer

(auf Typ 1 geladene ProbandInnen: 2 Experiment-Familien und 4 Kontroll-Familien, siehe Tabelle 21)

Typ 1 sieht in einer regionalen Ernährung keine Herausforderung oder Umstellung (43: -5*)³. Ihm ist gutes Essen für seine Familie und die Unterstützung der heimischen Landwirtschaft wichtig (9 u. 15: +5). Bevorzugt greift er zu regionalen Produkten, weil diese kürzere Transportwege haben und umweltschonend sind (25: +5, 47: -5). Er identifiziert sich, im Vergleich zu den anderen beiden Typen, am meisten mit seiner Region (22: +4). Für ihn ist das Einkaufen und der Umgang mit regionalen Produkten ein Erlebnis (8: +1), weil er die Beziehung und die Interaktion mit den Bauern schätzt (11: +2). Regionale Ernährung bedeutet für ihn Sicherheit und Kontrolle (13: +3). Regionale Lebensmittel sind für ihn frischer (10: +4), unverfälscht (16: +3) und haben einen besseren Geschmack (4: +2), obwohl die Produktqualitäten variabel sein können (38: +1*). Typ 1 ist überzeugt von der Alltagstauglichkeit regionaler Ernährung (41: -3). Sich regional zu ernähren bedarf nicht mehr Zeit oder Organisation (31: -2*, 33: -2*). Außerdem ist es nicht schwierig, regionale Lebensmittel im Supermarkt zu kaufen (44: -3*). Die Auswahl, die Produktpalette von regionalen Produkten ist für ihn zufriedenstellend (34: -4*, 1: +1). Für den patriotischen Regionaleinkäufer sind die Verkaufsstandorte von regionalen Produkten nicht zu weit weg (35: -5*) und diese haben auch keine schlechten Öffnungszeiten (40: -4*). Eben Genanntes wird dadurch unterstützt, als dass Typ 1 keinen ausdrücklichen Wunsch hat, seinen Einkauf nur an einem Platz zu erledigen (39: -1). Er ist also gewillt mehrere Versorger (wie bspw. Direktvermarkter) zu den vorgegebenen Öffnungszeiten anzufahren. Deshalb ist er auch der Meinung, dass er durch regionale Ernährung nicht auf viele Produkte verzichten muss (42: -2). Des Weiteren ist Typ 1 der Meinung, regionale Produkte zu einem guten Preis zu erhalten, für ihn sind regionale Produkte nicht teuer (3: +2, 30: -2). Typ 1 stimmt nur wenigen Barrieren zu. Wie bspw. *Regionale Lebensmittel sind nur in der Saison erhältlich* (36: +4) – dies sieht Typ 1 nicht als Barriere, sondern als Gegebenheit der Natur, die ihn nicht negativ beeinflusst.

Typ 1 scheint also völlig von dem Konzept der regionalen Ernährung überzeugt zu sein. Er dementiert die Barrieren überwiegend und stimmt fast allen Motiven zu.

³ Anmerkung: Q-Sort Values (-5, ..., +5) in Klammern sind nicht zwingend ident mit den Rankings der individuellen Q-Sorts. Die Q-Sort Values sind durchschnittliche Werte der diesem Typ zuzuordnenen ProbandInnen, die auf Basis der Z-Scores nach einer vorgegebenen Verteilung vom Programm PQMethod ausgegeben werden.

Typ 2 : der Supermarkt-Einkäufer

(auf Typ 2 geladene ProbandInnen: 4 Kontroll-Familien, siehe Tabelle 21)

Im Gegensatz zu Typ 1 bedeutet eine regionale Ernährung für Typ 2 eine sehr große Herausforderung bzw. Umstellung (43: +5). Regionale Lebensmittel sind seiner Meinung nach teuer (30: +1, 3: -4*), nur in der Saison erhältlich (36: +4) und außerdem hat er den Wunsch, seine Lebensmittel nur von einem Ort zu beziehen (39: +1). Deshalb müsste er bei einer regionalen Ernährung auf viele Produkte verzichten (42: +3*). Da er das Einkaufen und den Umgang mit regionalen Lebensmitteln weder mit einem Erlebnis (8: -5*), noch mit Erinnerungen assoziiert (18: -3) und Typ 2 auch die Interaktion mit Bauern nicht schätzt (11: -1*), beschäftigt er sich nicht näher mit Direktvermarktern oder anderen regionalen Verkaufsstätten. Er ist überzeugt davon, dass regionale Ernährung nicht mehr Organisation (33: -2) bedeutet und dafür auch nicht viel Wissen notwendig ist (49: -4*). Gleichzeitig hat er von allen drei Typen am wenigsten Informationen über regionale Lebensmittel (32: 0*). Hat Typ 2 also überhaupt schon einmal bewusst regionale Produkte gekauft? Verkaufsstandorte sind für ihn nicht zu weit weg (35: -2), die erhältliche Produktpalette ist gut (1: +3, 34: -5*), regionale Produkte im Supermarkt einzukaufen ist für ihn nicht schwierig (44: -1) und über die Öffnungszeiten hat er keine klare Meinung, weil er vielleicht noch nie bei einem Hofladen o.Ä. eingekauft hat (40: 0). All das gibt Hinweis darauf, dass Typ 2 seine regionalen Lebensmittel nur im Supermarkt bezieht, und nicht von regionalen Verkaufsstandorten (die mehr Informationen und Aufwand voraussetzen würden). Motive wie mit regionalen Lebensmitteln die heimische Landwirtschaft zu unterstützen (15: +5) oder die kürzeren Transportwege (25: +5) und die Umweltfreundlichkeit (6: +4) können Typ 2 nicht davon überzeugen, regionale Ernährung in den Alltag einzubauen. Der höhere Preis (30: +1, 3: -4*), der erhöhte Zeitaufwand (31: +2), die Saisonalität (36: +4) und der Verzicht auf viele Produkte (42: +3*), weil diese nicht in einem Geschäft am Heimweg von der Arbeit besorgt werden können, sind für Typ 2 deutliche Barrieren. Regional kommt für ihn also nicht an erster Stelle. Er bevorzugt Bio vor regional (27: -3*).

Typ 2 könnte also der typische Supermarkt-Einkäufer sein, der regionale Produkte im Supermarkt bezieht, wenn diese dort angeboten werden, aber nur zu einem gleichwertigen Preis. Alternative Versorgungsstrukturen werden von Typ 2 nicht in den Alltag eingebaut.

Typ 3: der realistische Regionaleinkäufer

(auf Typ 3 geladene ProbandInnen: 2 Experiment-Familien, siehe Tabelle 21)

Für Typ 3 hat regionale Ernährung viele negative Seiten, aber auch positive – er hat ein realistisches Bild, das durch seine Erfahrungen beeinflusst wurde. Für ihn ist regionale Ernährung eine Herausforderung (43: +1), jedoch keine so große Umstellung wie für Typ 2. Dennoch bedeutet regionale Ernährung für ihn viel Organisation (33: +3), viel Zeitaufwand (31: +3), viel notwendiges Wissen (49: +3) und vor allem Vorratshaltung, was besonders in der Wohnung schwierig ist (48: +5). Im Gegensatz zu den beiden anderen Typen sind regionale Produkte für ihn nicht unbedingt umweltfreundlich (6: -2*). Zwar haben sie auch für ihn kürzere Transportwege (25: +5), aber durch die weiter entfernten Verkaufsstandorte (35: 0) ergeben sich längere Einkaufswege, und das ist wiederum nicht umweltschonend (47: +1*). Diese längeren Einkaufswege, auch zu unterschiedlichen Regionalversorgern, nimmt Typ 3 jedoch in Kauf, da er nicht den ausdrücklichen Wunsch hat, seinen Einkauf an einem Platz zu erledigen (39: -3). An den regionalen Verkaufsstätten schätzt er vor allem die Interaktion und die Beziehung zu den Bauern (11: +5), obwohl die Öffnungszeiten für ihn nicht verbraucherfreundlich sind (40: +3). Typ 3 greift nicht unbedingt zu regionalen Produkten, weil er sich mit seiner Region so identifiziert (22: 0) oder sie ihm allzu viel Sicherheit und Kontrolle bieten (13: -1⁴). Des Weiteren haben regionale Produkte für ihn kein besseres Erscheinungsbild (29: -5) und sind auch nicht tierfreundlicher produziert als andere Lebensmittel (7: -1). Die Produktpalette ist für ihn weder gut noch schlecht (1: -2*, 34: -1) – er differenziert je nach Produkt. Trotzdem muss er nicht auf viele Produkte verzichten (42: -4). Überzeugt ist Typ 3 von der regionalen Ernährung wegen folgender Vorteile: Er will gutes Essen für seine Familie (9: +5) und seinen Kindern zeigen, woher die Lebensmittel stammen (24: +5). Außerdem bedeuten regionale Lebensmittel für ihn Vertrauen und Transparenz (5: +4) und Unterstützung der heimischen Landwirtschaft (15: +5). Regionale Produkte sind für Typ 3 zu einem angemessenen, manchmal sogar billigeren Preis erhältlich (3: +2). Für eine regionale Ernährung ist für ihn generell eine Vorratshaltung und auch die Vorbereitung auf den Winter notwendig (45: +2). Damit verbindet er aber kein Selbstversorgen (37: -5). Typ 3 ist von realistischen Erfahrungen aus dem Alltag geprägt, die auch die negativen Seiten der regionalen Ernährung zeigen. Für ihn ist regionale Ernährung von Aufwand und Umstellung geprägt. Typ 3 stimmt somit am ehesten mit dem Fazit so mancher Experiment-TeilnehmerInnen überein, dass Barrieren z.B. in der Beschaffung zwar existieren, aber durch einen starken Willen und Überzeugung überwunden werden können.

⁴ Anmerkung: Z-Score: 0,263 = „-1“ als Q-Sort Value von PQMethod ausgegeben. Könnte bei einer anderen Verteilung auch „0“ oder „+1“ lauten.

6. DISKUSSION UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Diese Arbeit soll die bisherige Konsumentenforschung mit den praktischen Erfahrungen von Teilnehmern an Selbstexperimenten mit regionaler Ernährung ergänzen. Sie zeigt Motive, Barrieren und Erfahrungen aus Sicht von Experiment-TeilnehmerInnen und deren Kontrollgruppen. Durch Anwendung der Q-Methode konnten zudem Konsumententypen charakterisiert werden. Die Interviewergebnisse zeigen Lerneffekte aus den Erfahrungen der Selbstexperimente und zeigen die Unterschiede von Versorgungsstruktur und Produktpalette in Salzburg und der Steiermark.

6.1. Beantwortung und Diskussion der Forschungsfragen

Da die Literatur keine Selbstversuche und tatsächlich erlebten Erfahrungen dokumentierte, wurden subjektive Konsumenteneinstellungen und -assoziationen zu regionalen Lebensmitteln aus der Literatur als Grundlage für die Analyse der Experimente herangezogen. Der Vergleich zwischen diesen aus der Literatur erhobenen Motive und Barrieren und jenen aus den Selbstexperimenten zeigt neben bereits bekannten Hürden und Beweggründen von regionaler Ernährung auch neue und unerwartete Aspekte. So wurden bspw. in den Interviews mit Experiment- und Kontrollfamilien mehr Barrieren als Motive genannt. In der Literatur hingegen sind mehr Motive als Barrieren dokumentiert. Dies zeigt, dass sich tatsächlich erlebte Erfahrungen mit einer ausschließlich regionalen Ernährung von allgemein erhobenen Konsumentenmotiven unterscheiden. Durch die Selbstversuche rückt die regionale Ernährung in ein realistischeres, weniger romantisches Bild, da die Hürden des regionalen Essens tatsächlich erlebt wurden.

Neben Motiven und Barrieren wurden in dieser Arbeit auch weitere Ergebnisse zu Lerneffekten durch die Selbstexperimente, regionalen Versorgerstrukturen sowie Produktpaletten und zu Erfahrungen in den Wintermonaten präsentiert. Es handelt sich hierbei um erstmalig erhobene Erfahrungen, die die ProbandInnen im Zuge ihrer Selbstversuche erworben haben. Infolgedessen können diese Ergebnisse, als auch die Ergebnisse der Q-Methode nicht mit der Literatur verglichen werden. Denn auch die Q-Methode wurde erstmalig dafür angewandt, regionale Konsumententypen zu charakterisieren.

- 1) Welche *Motive und Barrieren* erleben KonsumentInnen aus Salzburg und der Steiermark im Zuge ihrer Selbstversuche, sich ausschließlich von regionalen Lebensmitteln zu ernähren?

Die Motive und Barrieren der Selbstexperimente sind in Kapitel 5.1. dargestellt. Die Tabellen 8 bis 11 zeigen die Motive und Barrieren aus der Dokumentenanalyse. Abbildung 8 und 9 zeigen die Q-Sortierungen aller ProbandInnen zum Thema Motive und Barrieren. Und die Tabellen 12 und 13 zeigen die Motive und Barrieren aus den Interviewbefragungen.

- a) Wie unterscheiden sich Motive und Barrieren aus den Selbstversuchen von Motiven und Barrieren aus der wissenschaftlichen Literatur?

Viele Motive und Barrieren, die in der Literatur zu finden sind, wurden auch während den Selbstexperimenten wahrgenommen. Allerdings konnten diese durch die angewandten Methoden ergänzt werden.

Die Ergebnisse zeigen Motive und Barrieren, die a) durch die Literatur bestätigt werden

konnten, die b) in der Literatur dokumentiert sind, aber von den TeilnehmerInnen dieser Studie nicht erwähnt wurden, und c) neue Motive und Barrieren, die im Zuge dieser Arbeit erhoben werden konnten, die in der Literatur aber nicht aufscheinen.

Durch die Dokumentenanalyse der Online- und Zeitungsberichte zu den Experimenten konnte der überwiegende Teil der Motive, die deduktiv aus der Literatur abgeleitet wurden, bestätigt werden. So berichteten die TeilnehmerInnen in den Artikeln ebenso wie in der Literatur u.a. von *besserer Qualität, besserem Geschmack, billigerem oder gutem Preis, von mehr Vertrauen und Transparenz, von einer guten Produktauswahl, von Umweltfreundlichkeit, der Identifikation mit der Region, von der persönlichen Beziehung zu Produzenten, der Frische, den kürzeren Transportwegen* und weiteren Motiven von regionaler Ernährung (siehe Tabelle 8, S. 33).

In der offenen Interviewsituation erwähnten die meisten ProbandInnen das Motiv *Vertrauen: Gutes Gefühl durch persönliche Kontakte, indirekter Schutz vor Betrug, transparente Produktion* (siehe Tabelle 12, S. 42). Das Thema Vertrauen und Transparenz spielt bei der regionalen Ernährung eine zentrale Rolle. Nach Tregear et al. (2003, 234) suchen KonsumentInnen, die regional einkaufen eine Art von besonderer Beziehung mit Landwirten und Lebensmittelproduzenten, die auf Grundlage der Gegenseitigkeit, des Vertrauens und gemeinsamen Wertvorstellungen beruht. Dieses Vertrauen über die Herkunft von Lebensmittel spiegelt sich in den Erfahrungsberichten der Familien häufig wieder. Sie erwähnen, wie zufrieden sie mit ihrem Fleischhauer aus der Region seien, der bei jedem Stück Fleisch den genauen Namen des Bauern weiß, wo er es bezogen hat. Ein ebenso wichtiger Punkt für die ProbandInnen ist die *Unterstützung der heimischen Landwirtschaft, Stärkung der Region, regionale Wertschöpfung* (Tabelle 12, S. 42). Nach Ermann (2002, 130) wird dieses Nationalbewusstsein und die empfundene Verpflichtung durch persönliche und soziale Normen, die sich auf das Herkunftsland beziehen, hervorgerufen. Im Kaufprozess können durch dieses Solidaritätsgefühl kollektive Werte regionaler Produkte als subjektive Werte – als eigener Nutzen – wahrgenommen werden und somit das individuelle Kaufverhalten beeinflussen. Subjektivität beeinflusst auch die „emotionale“ Qualität von regionalen Produkten, die nach Alvensleben (2000) KonsumentInnen dazu veranlasst, Produkte der eigenen Region aufgrund emotionaler Beziehungen zwischen dem Verbraucher und der Heimatregion zu bevorzugen. Von dieser emotionalen Qualität und dem guten Gefühl, persönlichen Kontakt zu den Produzenten zu haben, sprechen die ProbandInnen im Zuge der Interviews immer wieder.

Ebenso die überwiegende Anzahl der deduktiv aus der Literatur abgeleiteten Barrieren konnten durch die Ergebnisse der Dokumentenanalyse bestätigt werden. Wie auch in der Literatur berichteten die TeilnehmerInnen der Selbstexperimente u.a. von *hohem Preis, hohem Zeitaufwand, Informationsdefizit, Saisonalität, schlechtem Produktangebot; der Schwierigkeit, Verkaufsstandorte zu finden; der notwendigen Organisation, der mangelnden Kennzeichnung von regionalen Produkten* usw. (Tabelle 10, S. 37).

In der offenen Interviewsituation erwähnten 13 von 18 ProbandInnen die Barriere *Hoher Preis*. Viele ProbandInnen betonten in diesem Zusammenhang aber eine Mehrpreisakzeptanz – ein höherer Preis werde gerne in Kauf genommen. Studien wie Feldmann und Hamm (2015), De-Magistris und Gracia (2016) sowie Adalja et al. (2015) bestätigen, dass auch KonsumentInnen in anderen Ländern bereit sind einen Premium-Preis für regionale Produkte zu zahlen.

Die Ergebnisse zeigen aber auch Motive und Barrieren, die in der Literatur dokumentiert sind, aber durch die Dokumenten- und Interviewanalyse dieser Arbeit nicht erhoben

werden konnten. Motive wie *keine Hormone im Fleisch, natürlichere Produktion und nachhaltige Landnutzung* werden von den ProbandInnen nicht explizit erwähnt, könnten aber im Zuge anderer Motive wie bspw. *bessere Produktionsbedingungen, bessere Qualität, umweltfreundlich* oder *handwerkliche Produktion* implizit gemeint worden sein. Deshalb besteht kein Grund zur Annahme, dass diese Motive aus einem bestimmten Grund unerwähnt blieben. Nicht explizit angeführte Barrieren waren: *variable Produktqualität* und *Selbstversorgen – selbst anbauen ist teuer*. Diese Begriffe wurden ebenso nicht explizit erhoben, könnten aber mit anderen erwähnten Barrieren impliziert worden sein. Wenn also eine Experiment-Familie davon berichtete, ob sie sich die Herstellung passierter Tomaten aufgrund des enormen Zeitaufwands überhaupt zumuten sollte, weil man italienische passierte Tomaten auch für €0,29 im Supermarkt kaufen könnte, impliziert dies auch, dass die eigene Herstellung teurer ist, obwohl sie primär den Zeitaufwand zum Ausdruck bringen wollte. Von variabler Produktqualität wurde weder in der Dokumentenanalyse noch in den Interviews berichtet. Bei den Sortierungen der Q-Statements gab es aber ProbandInnen, die dieser Barriere zustimmten (Abb. 9, S 50, Statement Nr. 38). Von sich aus erwähnten sie diese aber nicht in ihren Erfahrungsberichten. Durch die Dokumenten- und Interviewanalyse dieser Arbeit konnten aber auch viele unerwartete und neue Aspekte erhoben werden. So wurden die folgenden *Motive* von den ProbandInnen dieser Arbeit erwähnt, die nicht in der Literatur dokumentiert sind:

- Wissen über Verkaufsstandorte (aus Erfahrung wurde Kaufmotiv, da KonsumentInnen regionale Produkte erst nachfragen können, wenn sie das Wissen besitzen)
- Warenaustausch mit Eltern, Verwandten oder Nachbarn (regionale, selbst angebaute Produkte werden z.B. von den Eltern bevorzugt)
- Eigene regionale Ernährung durch Vorbildwirkung (Spillover-Effekt), Motiv für andere Personen
- Verbraucherfreundlichkeit regionaler Angebote (z.B. *Vitalkisterl*)
- Regional auswärts Essen (in Restaurants, Gashäuser)
- Diät, Gewichtsverlust, keine Gewichtsprobleme (positiver Nebeneffekt kann Motiv für zukünftig regionale Ernährung sein)
- Umstellung auf „persönlichen, regionalen Warenkorb“ (ist diese Umstellung geschafft, wird aus Erfahrung ein Motiv regelmäßig und längerfristig regionale Produkte nachzufragen)
- Neue bzw. alte Gemüse- und Obstsorten entdecken
- Spaß an der Verarbeitung von regionalen Lebensmittel (z.B. Küchenexperimente mit Sauerkraut und Brotbacken)
- Besseres Erscheinungsbild von regionalen Produkten
- Vielfalt und Genuss des regionalen Essens im Urlaubsland
- Regional kommt vor bio
- Zeitlich kein Unterschied (im Vergleich zu einer nicht ausschließlich regionalen Ernährung)
- Bessere Produktions- und Arbeitsbedingungen (Probandin wählt bevorzugt regionale Lebensmittel wegen den schlechten Arbeitsbedingungen in anderen Ländern)
- Umgang mit regionalen Lebensmitteln besser bekannt (Bevorzugung heimischer Obstsorten für Marmeladenherstellung, an Stelle von Südfrüchten)
- Sorgsamer Umgang mit Lebensmitteln und höhere Wertschätzung

- Eigener Anbau von Kräutern – da keine aus österreichischer Herkunft im Supermarkt

Im Zuge der Interviewbefragungen konnten neben den soeben genannten neuen Motiven, deduktive Motive aus der Literatur ergänzt bzw. präziser formuliert werden.

So wurde das Motiv *umweltfreundlich* in den Interviews nur mit dem Aspekt der Müllvermeidung in Verbindung gebracht, aber nicht wie angenommen auch mit anderen umweltrelevanten Aspekten wie z.B. der CO₂-Vermeidung. Ebenso wurde das deduktive Motiv *billiger, guter Preis* geändert in: *Gleicher Preis, Stückpreis höher – Gesamtbudget für Essen aber gleich, Preiswerte Bezugsquellen (aber nur unter Aufwand zu finden)*, weil diese Bezeichnung den Erzählungen der ProbandInnen aus den Interviews näher kommt.

Diese neuen Barrieren, die nicht in der Literatur erwähnt wurden, konnten ebenso durch die Dokumenten- und Interviewanalyse erhoben werden:

- Verzicht auf bestimmte Produkte
- Regional ernähren und einkaufen ist eine Herausforderung (vor allem zu Beginn der regionalen Ernährung große Umstellung)
- Nicht umweltschonend aufgrund langer Einkaufswege
- Vorbereitungen auf den Winter notwendig (eintönige Ernährung im Winter, Lagerobst und -gemüse)
- Schlechte Verfügbarkeit und Kennzeichnung von regionalen Produkten im Supermarkt
- Täuschung: Falsche Produktinformationen (keine regionalen Zutaten, obwohl regional draufsteht, Biogemüse neben Flughafen, steirische Molkerei importiert ungarische Milch, ...)
- Notwendiges Wissen über Zubereitung und Verarbeitung von unverarbeiteten regionalen Lebensmitteln
- Schwierige Vorratshaltung in der Wohnung (bedingt durch Saisonalität)
- Nahrungsmittelunverträglichkeit regionaler Produkte (spezielle Barriere für einzelne Personen)
- Skepsis über Umsetzbarkeit und Sinnhaftigkeit der regionalen Ernährung („Ist es im Winter überhaupt schaffbar?“, „Macht es Sinn, mit dem Auto in den Lungau zu fahren, um Roggenmehl zu besorgen?“)
- Keine regionalen Produkte erhältlich wegen Naturgefahren (keine Marillen wegen Hagel, Frühreif)
- Schlechter Geschmack von regionalem Produkt (z.B. Dinkelreis)
- Keine Herkunftskennzeichnung im Restaurant; schwierig, regional auswärts essen zu gehen
- Schlechte Produktionsbedingungen: mangelnde Hygiene der VerkäuferIn, nicht tierfreundliche Ställe

Es zeigt sich, dass die Motive und Barrieren, die nicht in der Literatur zu finden sind, stark von den Erfahrungen der Experimente beeinflusst sind. Motive und Erfahrungen vermischen sich. Aus einem Motiv kann Erfahrung werden, aber auch aus der Erfahrung ein Motiv. Eine strikte Trennung dieser Begriffe war daher nicht immer möglich.

- b) Zur Identifikation möglicher Selbstselektionseffekte werden den Experiment-Familien Kontroll-Familien gegenübergestellt. Nehmen Kontroll-Familien andere Motive und Barrieren wahr als die Experiment-Familien? Welche Unterschiede gibt es zwischen diesen beiden Untersuchungsgruppen?

Die in Kapitel 5.1.2. deskriptiv dargestellten Q-Sortierungen zeigen einerseits ein sehr unterschiedliches Meinungsbild, andererseits sind leichte Tendenzen zwischen einzelnen ProbandInnen und zwischen den beiden Untersuchungsgruppen zu erkennen. Eine klare Unterscheidung zwischen den Meinungsbildern der beiden Gruppen lässt sich daraus jedoch nicht ableiten. Es lässt sich also nicht sagen, dass die Experiment-Familien durch die Teilnahme an den Selbstexperimenten ein generell anderes Meinungsbild haben als die Kontroll-Familien. Natürlich hat ein Selbstexperiment Einfluss auf die Meinungsbildung, aber nicht nur. Demnach beeinflussen die Lerneffekte aus den Experimenten die Meinungsbilder nicht in dem Ausmaß wie angenommen.

Die Q-Methode ist primär nicht dazu geeignet, einzelne ProbandInnen miteinander zu vergleichen, doch können die Tendenzen der Q-Auswertungen (Tabellen 19–21) zwischen den beiden Untersuchungsgruppen nicht geleugnet werden. So weist ein Typ gemischte Ladungen von Experiment- und Kontrollfamilien auf und die beiden anderen Typen getrennte Ladungen der Untersuchungsgruppen. Eine Tendenz zu unterschiedlichen Meinungsbildern zwischen Experiment- und Kontrollgruppe ist demnach erkennbar, muss aber mit Vorsicht betrachtet werden. Die Interpretation der Typen der Q-Methode zeigt nämlich, dass auch Kontrollpersonen, die kein Selbstexperiment durchgeführt haben, überzeugte Regionaleinkäufer des Typ 1 sein können.

- c) Welche Unterschiede zeigen sich zwischen den Bundesländern oder Regionen? Worauf sind diese zurückzuführen?

Geografisch bedingte Unterschiede zwischen Regionen oder den beiden Bundesländern Salzburg und der Steiermark sind anhand der Q-Sortierungen (Kapitel 5.1.2.) nicht ersichtlich. Die Ergebnisse aus der Dokumentenanalyse zeigen, dass in Salzburg zum Thema Preis eine deutlich positivere Meinung unter den Experiment-Familien vorherrscht als in der Steiermark. Der wahrgenommene Preis von regionalen Produkten hängt sehr stark von der eigenen Mehrpreisakzeptanz, von regional unterschiedlichen Anbietern und Angeboten, vom eigenen Qualitätsverständnis, vom Vergleich mit Discount-Produkten oder Premium-Produkten und eventuell auch vom unterschiedlichen Preisniveau zwischen Salzburg und der Steiermark ab. Bei den Interviewbefragungen sind sich die Experiment-Familien einig darüber, dass einzelne regionale Produkte unter Umständen teurer sein können, aber eine regionale Ernährung im Großen und Ganzen das Haushaltsbudget für Essen nicht mehr belastet.

- d) Lassen sich in Hinblick auf regionale Ernährung verschiedene Typen von KonsumentInnen unterscheiden?

Durch Anwendung der Q-Methode konnten insgesamt drei Konsumenten-Typen charakterisiert werden:

- Typ 1: der patriotische Regionaleinkäufer ist völlig vom Konzept der regionalen Ernährung überzeugt. Er nimmt aktiv an alternativen Versorgungsangeboten teil und sieht deshalb die regionale Ernährung nicht als Herausforderung.

- Typ 2: der Supermarkt-Einkäufer bezieht regionale Produkte im Supermarkt, weil sie dort für ihn komfortabel angeboten werden. Alternative Versorgungsstrukturen werden von diesem Typ nicht in Anspruch genommen.
- Typ 3: der realistische Regionaleinkäufer ist von realistischen Erfahrungen im Alltag geprägt, die auch die negativen Seiten der regionalen Ernährung zeigen. Für ihn ist regionale Ernährung von Aufwand und Umstellung geprägt. Typ 3 stimmt somit am ehesten mit dem Fazit so mancher Experiment-TeilnehmerInnen überein, dass Barrieren z.B. in der Beschaffung zwar existieren, aber durch einen starken Willen und Überzeugung überwunden werden können.

2) Zeigen sich langfristige Lerneffekte bei den Familien durch die Selbstversuche?

Die Lerneffekte unter den Familien sind sehr unterschiedlich, da diese stark von der Ausgangssituation der Familie abhängig sind. Hat sich eine Familie bereits vor dem Projekt überwiegend regional ernährt, sind große Lerneffekte ausgeblieben. Andere, nicht so erfahrene Familien mussten sich aber viel Wissen aneignen, um das Projekt bewältigen zu können.

a) Was haben die Experiment-Familien aus den Projekten gelernt und welche Überraschungen haben sie erlebt?

Wissen wurde nicht nur hinsichtlich der Versorgerstrukturen generiert, sondern auch über die Verarbeitung und Zubereitung, das Haltbarmachen und den eigenen Anbau von regionalen Produkten. Neben viel Detailwissen zu bestimmten Produkten, wie z.B. dass Milchprodukte im Supermarkt u.U. sehr regional sein können, wurde auch das Bewusstsein über Gütesiegel gestärkt. Viele Familien berichten von alten Rezepten oder alten Gemüsesorten, die sie durch das Projekt wiederentdeckt haben. Auch neue soziale Kontakte wurden durch die Projekte geknüpft. Der Lerneffekt übertrug sich gewissermaßen auch auf andere. Viele Bekannte wurden vom regionalen Essen inspiriert und wollten sich auch vermehrt regional ernähren.

Überraschend war für viele Familien, dass durch die regionale Ernährung viel weniger Müll entsteht, weniger Produkte als angenommen im regulären Supermarkt gekauft werden konnten, dass der Zugang zu regionalen Produkten schwieriger ist als angenommen, dass der Preis nicht so hoch war wie erwartet und dass regionale Ernährung wirklich Verzicht bedeuten kann.

b) Welche Veränderungen ergaben sich durch den Selbstversuch nach Ende der Projekte im Alltag der Familien? Ernähren sie sich bis heute regional oder sind sie in alte Verhaltensmuster zurückgefallen?

Der bewusstere Umgang mit Lebensmittel und die Wertschätzung von Vielfalt und Qualität der heimischen Lebensmittel ist bei allen TeilnehmerInnen gefestigt worden. Eine Familie kauft seit dem Projekt kein Billig-Fleisch mehr in Supermärkten, sondern nur noch bei ihren regionalen Versorgern. Auch ihren Fleischkonsum reduzierten sie seit dem Projekt. Das Konsumverhalten nach Ende der Projekte war wieder von alten Mustern und Bequemlichkeit geprägt. Viele waren froh, nicht mehr alles so streng sehen zu müssen. Dennoch haben die Projekte bei jeder Familie, je nach Ausgangssituation vor dem Projekt, kleine oder größere Spuren hinterlassen.

3) Wie unterscheiden sich beide Bundesländer hinsichtlich regionaler Versorgungsstrukturen und den regional erhältlichen Produkten?

Klar erkennbare Unterschiede zwischen den Versorgungsstrukturen der beiden Bundesländer gibt es nicht. Vielmehr wird deutlich, dass regionsspezifische Strukturen mehr durch die landwirtschaftlichen Produktionsschwerpunkte als durch Bundesländergrenzen geprägt sind. Die Grundstruktur der Versorgung mit regionalen Produkten ist in allen Regionen ähnlich (Bauernmärkte, Direktvermarkter und Supermärkte). Spezielle Angebote, wie Lieferservices oder besondere Hofläden, variieren nicht nur sehr stark zwischen den Regionen, sondern auch von einem Dorf zum nächsten.

Neben diesem Angebot spielt auch die Wahrnehmung der KonsumentInnen eine entscheidende Rolle. In die wahrgenommene Versorgerstruktur fließen die Verankerung im Dorf, persönliche Kontakte, das eigene Wissen über regionale Versorger und die eigene Zufriedenheit mit ein.

Vor allem in der Südsteiermark sind landwirtschaftliche Produkte in einer großen Vielfalt erhältlich. Im Gegensatz dazu standen den Salzburger Familien kein Getreide und kein Schweine- und Geflügelfleisch zur Verfügung. Aufgrund der landwirtschaftlichen Produktionsschwerpunkte ist demnach die regional erhältliche Produktpalette in der Südoststeiermark größer als im inneralpinen Raum oder in Salzburg generell.

a) Welche Vor- und Nachteile haben regionale Versorger aus Sicht der KonsumentInnen? Was wünschen sie sich für ihre Versorgungssituation?

Die Vor- und Nachteile der regionalen Versorger sind in Tabelle 15 dargestellt. Sie zeigen, welche Aspekte für die KonsumentInnen einen starken Einfluss auf den Kauf bzw. Nicht-Kauf von regionalen Produkten haben können. Viele der befragten Familien haben ähnliche Wünsche hinsichtlich ihrer Versorgungssituation: eine größere Auswahl an regionalen Produkten in Supermärkten oder gleich einen supermarktähnlichen Regional-Markt, bessere Öffnungszeiten auf den Bauernmärkten, Versorger für Hühner- oder Putenfleisch in Salzburg, gelieferte Gemüse- oder Obstkisterl (Bezirke Lungau und Murau). Sie wünschen sich zudem mehr Motivation sich selbst besser über regionale Produkte zu informieren, öfter auf den Wochenmarkt zu gehen oder dass mehr KonsumentInnen umdenken und regional essen.

b) Haben Kontroll-Familien ein Informationsdefizit bezüglich Versorgungsstrukturen? Haben Experiment-Familien durch die Selbstversuche mehr Wissen über regionale Versorgungsstrukturen?

- Die Auswertungen der Versorger-Matrix zeigen, dass fast alle Kontroll-Familien (nur Sbg-K3 nicht), den überwiegenden Teil der Experiment-Versorger kennen. Vier Kontroll-Familien kennen insgesamt sogar mehr Versorger, als deren Experiment-Familie. Davon wird abgeleitet, dass die Experiment-Familien nicht automatisch einen Informationsvorsprung aufgrund der Projektteilnahme haben. Auch manche Kontroll-Familien sind sehr gut über regionale Versorger informiert. Eine Generalisierung ist daher nicht möglich. Während den Interviews kristallisierte sich heraus, dass die Informationsbeschaffung über Versorgerstrukturen sehr stark von eigener Motivation und individueller Überzeugung, regionale Produkte nachzufragen, abhängig ist.

c) Welche Produkte sind schwer oder leicht erhältlich? Musste auf Produkte verzichtet werden?

Bezüglich regional erhältlicher Produkte berichten die Familien von unterschiedlichen geografischen Einschränkungen. Manche Familien haben die Regionsabgrenzung des eigenen Bundeslandes enger und andere wiederum weiter gezogen, als vom Projekt vorgegeben war. Gerade bei den Liefermöglichkeiten gibt es Unterschiede zwischen den Innergebirgs-Bezirken (Pinzgau, Lungau, Pongau) und dem Salzburger Flachgau oder der Stadt Salzburg. Auf welche Produkte die Experiment-Familien streng verzichtet haben, welche Ausnahmen sie gemacht haben und welche regionalen Ersatzprodukte sie gefunden haben, zeigt Tabelle 16. Eine Familie berichtet von einer großen Vielfalt an selbst hergestellten regionalen Schmankerln (wie bspw. Chutneys oder Marmeladen), eine andere wiederum berichtet von der Eintönigkeit der regionalen Ernährung, die auch auf die Gesundheit schlagen kann. Die unterschiedlichen Erfahrungen begründen sich darauf, wie strikt die Regionsgrenzen gezogen wurden, wie konsequent auf Produkte verzichtet wurde und wie der persönliche Weg zum Erfolg des Projekts ausgesehen hat. Für die eine Familie war der Weg zum Ziel die Selbstversorgung, woraus sich eine gute Vielfalt an selbst verarbeiteten Produkten entwickelte, die andere Familie entschied sich für strikten Verzicht.

Ähnlich wie bei den Versorgungsstrukturen ist auch bei den regionalen Produkten eine klare Unterscheidung zwischen den Bundesländern nicht möglich. Aufgrund der landwirtschaftlichen Produktionsschwerpunkte sollten die Projektbezirke besser in drei Regionen eingeteilt werden: Salzburger Flachland (Flachgau, Stadt Salzburg, Tennengau), Innergebirg (Pinzgau, Pongau, Lungau und Murau) und Südsteiermark (Leibnitz, Weiz, Graz). Die Produktpaletten ähneln sich jeweils in diesen drei Regionen aufgrund der geografischen Lage und der unterschiedlichen landwirtschaftlichen Produktionsstruktur.

d) Können aufgrund der unterschiedlichen Projektzeiträume der Selbstversuche Unterschiede in der Wintervorbereitung festgestellt werden?

Die Motivation, Lebensmittel für den Winter einzulagern oder zu verarbeiten, war stärker von der eigenen Überzeugung abhängig als von vorgegebenen Projektzeiträumen. Nur zwei von drei befragten Familien aus der Steiermark, die aufgrund des Projektzeitraums Wintervorbereitungen zu treffen hatten, haben auch tatsächlich Lebensmittel eingelagert. In Salzburg haben 5 Familien keine expliziten Vorbereitungen getroffen, weil das Projekt Mitte Oktober endete. Eine Salzburger Familie bereitete sich jedoch trotzdem auf den Winter vor, weil sie sich schon vor dem Projekt regional ernährt hatten und sich so weit wie möglich selbstversorgen wollten.

6.2. Diskussion des Untersuchungsdesigns und der Methoden

Die vorliegende Arbeit zeichnet sich durch einen quasiexperimentellen Mixed-Methods-Zugang aus. Während Dokumentenanalyse und Interviewerhebungen meist gängige Methoden von Masterarbeiten sind, ist die Q-Methode im Zusammenhang mit dem vorliegenden Forschungsgegenstand nicht bekannt. Infolgedessen gilt es für die Q-Methode an dieser Stelle mehr Kritik auszusprechen als für vielfach erprobte Interviewbefragungen und Inhaltsanalysen.

Block (1961, 61) erwähnt im Hinblick auf die statistische Auswertung von Q-Daten, dass *Unforced Q-Sorts* unpraktisch, ja sogar unmöglich zu verarbeiten sind. Ebenso erwähnt

Bolland (1985, 96), dass es bislang (Anm.: 1985) keine zufriedenstellende Möglichkeit gibt, die Daten von *Unforced Q-Sorts* zu analysieren. Diesen Aussagen kann ich nach Ende meiner Analysen überzeugt widersprechen. Nach anfänglichen Schwierigkeiten, Informationen zur Auswertung von *Unforced Q-Sorts* in der Literatur zu finden, konnten die *Unforced Q-Sorts* dieser Arbeit schlussendlich mit dem in der Q-Community üblichen Auswertungsprogramm *PQMethod* ohne weitere Nachteile ausgewertet werden.

Rückblickend hätte aber auch eine erzwungene Verteilung (mit einer sehr flachen Normalverteilung, um weniger Statements auf „0“ legen zu müssen) gewisse Vorteile gehabt. Die ProbandInnen hätten nicht so schnell und leichtfertig die Kärtchen legen können, sondern hätten sich mehr Gedanken machen müssen. Nachteil wäre die allenfalls von der Realität abweichende Verteilung und der erhöhte Zeitaufwand gewesen, der mit den ProbandInnen dieser Arbeit nicht zu vereinbaren gewesen wäre. Verbesserungsvorschläge für die zukünftige Durchführung des Q-Statement Sortierverfahrens wären:

- Motive und Barrieren von Anfang an zusammenfassen und auf einer gemeinsamen Skala sortieren. Dadurch würden die ProbandInnen Motive wie bspw. Nr. 6 *Regionale Lebensmittel sind umweltfreundlich* und Barrieren wie Nr. 47 *Regionale Produkte sind nicht umweltschonend, man hat längere Einkaufswege* direkt miteinander vergleichen und besser abwägen.
- Kärtchen mit der Nr. des Q-Statements versehen, die Digitalisierung hätte sich dadurch erleichtert.
- Sortierte Kärtchen nicht ankleben, sondern auf einem Record Sheet direkt nach dem Interview eintragen, das würde die Handhabung erleichtern und den Papierverbrauch reduzieren.
- Den ProbandInnen nicht erlauben, Kärtchen überzulassen. Die 5 übergelassenen Q-Statements hätten rückblickend der Spalte „0“ zugeteilt werden können, wenn ProbandInnen dazu z.B. keine Meinung hatten. Eine Probandin hatte zwei Statements nicht als Barrieren gesehen, da sie für sie positiven Charakter hatten. Diese beiden Kärtchen hätte sie rückblickend aber auch mit „-5“ ablehnen können, anstatt diese nicht zu sortieren.

Im Allgemeinen hätte eine genauere Vorbereitung die Auswertung der Q-Statements erleichtert.

Die Anwendung der Q-Methode zum Vergleich zweier Untersuchungsgruppen wird eher kritisch gesehen. Zu Beginn der Arbeit sollte die Q-Methode dazu verwendet werden, Unterschiede zwischen den Experiment- und Kontroll-Familien statistisch auszuwerten. Im Zuge der Recherchen stellte sich jedoch heraus, dass die Q-Methode dafür grundsätzlich nicht geeignet ist. Es gibt Ansätze, wo mit zwei Gruppen eine *Second-Order-Analyse* durchgeführt wurde, um diese zu vergleichen. Dieser Ansatz wurde in dieser Arbeit jedoch nicht verfolgt, da es primäres Ziel der Q-Methode ist, subjektive Meinungsbilder einer Gruppe zu erforschen, und nicht auf einzelne ProbandInnen dieser Gruppe zurückzuschließen.

Hinsichtlich der Interviewbefragungen wäre eine Selbstkritik, den ProbandInnen mehr Zeit und Raum für die Antworten zu überlassen und weniger dazwischenzufügen. Die Transkriptionen wären so durchgängiger und gehaltvoller.

Eine allgemeine Schwierigkeit bei der Auswertung der Daten war die Vielfalt des Begriffs „regionale Ernährung“. Wie sich im Zuge der Auswertung herausstellte, definieren die ProbandInnen den Begriff unterschiedlich. Manche denken, wie von den Projekten vorgegeben, an eine ausschließlich regionale Ernährung und andere erwähnen „eine regiona-

le Ernährung, wie es für mich sinnvoll ist“. Zwei Kontroll-Familien vermischten im Interview auch die Begriffe *bio* und *regional* miteinander. Es ist unklar, inwieweit auch andere ProbandInnen diese beiden Begriffe assoziativ gleich setzten. Infolgedessen wäre eine präzisere Klarstellung der Begrifflichkeiten vor den Interviews förderlich gewesen.

Positiv zu beurteilen ist die computerunterstützte Auswertung der Dokumente und Interviewtranskripte mit dem Programm *MaxQDA*, das eine nachvollziehbare und praktikable Auswertung ermöglicht hat. Die Auswertung der Q-Methode mit dem in der Q-Community üblichen Programm *PQMethod* bietet eine gute Vergleichbarkeit zu anderen Q-Studien. Ebenfalls positiv zu bewerten ist das Hinzuziehen einer Kontrollgruppe, um die eingangs erwähnten Selbstselektionseffekte zu entkräften, sowie die Anonymisierung der Interviews um der Beeinflussung der Ergebnisse durch die soziale Erwünschtheit entgegenzuwirken.

6.3. Schlussfolgerung und Forschungsausblick

Die Kombination von regionaler Ernährung und Alltag stellt viele KonsumentInnen vor eine Herausforderung. Die Erfahrungen aus Selbstexperimenten von Familien in Salzburg und der Steiermark haben sowohl die Motive als auch die Barrieren einer ausschließlich regionalen Ernährung aufgezeigt. Durch diese Arbeit konnten deduktive Motive und Barrieren aus der Literatur bestätigt, aber auch neue Motive und Barrieren erhoben werden. So berichteten die TeilnehmerInnen der Selbstexperimente ebenso wie die Literatur z.B. von *besserer Qualität, besserem Geschmack* oder *von mehr Vertrauen und Transparenz*.

Ebenso konnten deduktiv aus der Literatur abgeleitete Barrieren wie bspw. *hoher Preis, hoher Zeitaufwand, schlechtes Produktangebot* oder *mangelnde Kennzeichnung von regionalen Produkten* bestätigt werden. Durch die Dokumenten- und Interviewanalyse dieser Arbeit konnten aber auch viele unerwartete und neue Motive erhoben werden wie bspw. *Umgang mit regionalen Lebensmitteln besser bekannt, bessere Produktions- und Arbeitsbedingungen, besseres Erscheinungsbild von regionalen Produkten, Spaß an der Verarbeitung von regionalen Lebensmitteln, Verbraucherfreundlichkeit regionaler Angebote*. Außerdem konnten neue Barrieren ermittelt werden wie z.B. *Verzicht auf bestimmte Produkte, nicht umweltschonend, aufgrund langer Einkaufswege, Vorbereitungen auf den Winter notwendig, schlechte Verfügbarkeit und Kennzeichnung von regionalen Produkten im Supermarkt, Täuschung: Falsche Produktinformationen* und *notwendiges Wissen über Zubereitung und Verarbeitung von unverarbeiteten regionalen Lebensmitteln*. Die Forschung zu regionalen Lebensmitteln, in der wenig experimentelle Zugänge bekannt sind, kann von den Ergebnissen dieser Arbeit profitieren, weil zusätzliche Motive und Barrieren der regionalen Ernährung identifiziert werden konnten.

Geografisch bedingte Unterschiede zwischen Motiven und Barrieren unterschiedlicher Regionen oder den beiden Bundesländer konnten nicht festgestellt werden. In Salzburg herrschte zum Thema Preis aber eine deutlich positivere Meinung unter den Experiment-Familien, als in der Steiermark. Der wahrgenommene Preis von regionalen Produkten hängt sehr stark von der eigenen Mehrpreisakzeptanz, von regional unterschiedlichen Anbietern und Angeboten, vom eigenen Qualitätsverständnis, vom Vergleich mit Discount-Produkten oder Premium-Produkten und eventuell auch vom unterschiedlichen Preisniveau zwischen Salzburg und der Steiermark ab. Bei den Interviewbefragungen sind sich die Experiment-Familien einig darüber, dass einzelne regionale Produkte unter Umständen teurer sein können, aber eine regionale Ernährung im Großen und Ganzen das Haushaltsbudget für Essen nicht mehr belastet.

Dem, oft durch die Werbung vermitteltem, romantischen Bild von regionaler Ernährung wird durch die Erfahrungen aus den Selbstexperimenten eine realistische Sichtweise gegenübergestellt. Die Lerneffekte der Selbstexperimente zeigen, dass soziale Netzwerke und das Wissen über alternative Beschaffungsmöglichkeiten, Verarbeitungs- und Lagertechniken essentiell für den Bezug von regionalen Lebensmitteln sind. Der bewusstere Umgang mit Lebensmitteln und die Wertschätzung von Vielfalt und Qualität der heimischen Produkte ist bei allen TeilnehmerInnen durch das Experiment gefestigt worden. Die Lerneffekte waren zwischen den Familien aber sehr unterschiedlich. Informations- oder Wissensdefizite über die Beschaffung, die Produktkennzeichnung und die Verarbeitung von Grundnahrungsmitteln bestimmen, ob die regionale Ernährung zu einer persönlichen Herausforderung wird. Je nach Ausgangssituation der Experiment-Familien mussten sie sich während den Experimenten mehr oder weniger Wissen aneignen. In den

Erfahrungsberichten wird dieses Wissen in unterschiedlichsten Formen immer wieder erwähnt. Der grundsätzlich erhöhte Zeitaufwand für regionale Ernährung wird durch fehlende Informationen noch erhöht. Viele Familien sind deshalb auf einen Einkauf am Bauernmarkt oder auf Liefersysteme umgestiegen, denn dort wissen sie, woher die Produkte stammen.

Die Ergebnisse dieser Arbeit bestätigen, dass regionale Lebensmittel kaum über herkömmliche Versorgungsstrukturen zu beziehen sind. Die Grundstruktur der Versorgung mit regionalen Produkten ist in allen Regionen ähnlich (Bauernmärkte, Direktvermarkter und Supermärkte). Spezielle Angebote wie Lieferservices oder besondere Hofläden variieren nicht nur sehr stark zwischen den Regionen, sondern auch von einem Dorf zum nächsten. Neben diesem Angebot, spielt auch die Wahrnehmung der KonsumentInnen eine entscheidende Rolle. In die wahrgenommene Versorgerstruktur fließen die Verankerung im Dorf, persönliche Kontakte, das eigene Wissen über regionale Versorger und die eigene Zufriedenheit mit ein. Zwischen den Bundesländern können hinsichtlich der Versorgungsstrukturen und der regional erhältlichen Produktpaletten keine klaren Unterschiede festgestellt werden. Aufgrund der landwirtschaftlichen Produktionsschwerpunkte sollten die Projektbezirke besser in drei Regionen eingeteilt werden: Salzburger Flachland (Flachgau, Stadt Salzburg, Tennengau), Innergebirge (Pinzgau, Pongau, Lungau und Murau) und Südsteiermark (Leibnitz, Weiz, Graz). Die Produktpaletten ähneln sich jeweils in diesen drei Regionen aufgrund der geografischen Lage und der unterschiedlichen landwirtschaftlichen Produktionsstruktur.

Unterschiede in der Wintervorbereitung, aufgrund der unterschiedlichen Projektzeiträume, konnten nicht ermittelt werden. Die Motivation, Lebensmittel für den Winter einzulagern oder zu verarbeiten, war stärker von der eigenen Überzeugung abhängig als von vorgegebenen Projektzeiträumen.

Des Weiteren konnten erstmals anhand der Q-Methode drei Konsumenten-Typen – der *patriotische Regionaleinkäufer*, der *Supermarkt-Einkäufer* und der *realistische Regionaleinkäufer* – charakterisiert werden. Diese Konsumenten-Typen spiegeln die unterschiedlichen Meinungsbilder von Experiment- und Kontroll-Familien zur regionalen Ernährung wider. Primär ist die Q-Methode nicht dazu geeignet, einzelne ProbandInnen miteinander zu vergleichen, doch konnten durch die deskriptiv dargestellten Q-Sortierungen und die anschließende Q-Analyse leichte Tendenzen zwischen den beiden Untersuchungsgruppen festgestellt werden. So weißt Typ 1 gemischte Ladungen von Experiment- und Kontrollfamilien auf, Typ 2 und 3 aber getrennte Ladungen der Untersuchungsgruppen. Eine Tendenz zu unterschiedlichen Meinungsbildern zwischen Experiment- und Kontrollgruppe ist demnach erkennbar, muss aber mit Vorsicht betrachtet werden. Dadurch lässt sich nicht ableiten, dass die Experiment-Familien durch die Teilnahme an den Selbstexperimenten ein generell anderes Meinungsbild haben als die Kontroll-Familien. Die Interpretation der Typen zeigt, dass auch Kontrollpersonen, die kein Selbstexperiment durchgeführt haben, *patriotische Regionaleinkäufer* (Typ 1) sein können. Demnach beeinflussen die Lerneffekte aus den Experimenten die Meinungsbilder nicht in dem Ausmaß wie angenommen.

Für die weitere Forschung eröffnet sich ein weites Spektrum an Möglichkeiten, Selbstexperimente zur ausschließlich regionalen Ernährung wissenschaftlich zu begleiten. Ergebnisverfälschende Faktoren wie Selbstselektion, intransparente Auswahlkriterien der TeilnehmerInnen, soziale Erwünschtheit bei Erfahrungsberichten durch Veröffentlichung und unterschiedliche Interpretation von Begrifflichkeiten könnten so minimiert werden.

Im Zuge einer wissenschaftlichen Begleitung könnten subjektive Erwartungen und Assoziationen von KonsumentInnen vor der Durchführung eines Selbstexperiments erhoben werden, um zu klären, wie sich Meinungsbilder durch das Experiment verändern. Die Schwierigkeit bei den vorliegenden Experimenten war, dass die Ausgangssituation der Experiment-Familien nur aufgrund der Erinnerung in den Ex-post-Interviews erhoben werden konnten. Erfahrungen, die auf das Experiment zurückzuführen sind, sind daher schwer von Erfahrungen zu unterscheiden, die bereits vor dem Projekt gemacht wurden. Abschließend bleibt zu sagen, dass weiterer Bedarf nach kritischer Sozialforschung zum Thema regionaler Ernährung existiert, auch aufgrund des starken gesellschaftlichen Trends.

LITERATURVERZEICHNIS

- ADALJA, A., Hanson, J., Towe, C. und Tselepidakis, E., 2015. An examination of consumer willingness to pay for local products. *Agricultural and Resource Economics Review*, 2015, 44 (3), 253–274.
- ALLEN, P., FitzSimmons, M., Goodman, M. und Warner, K., 2003. Shifting plates in the agrifood landscape: the tectonics of alternative agrifood initiatives in California. *Journal of Rural Studies*, 2003, 19, 61–75.
- ALVENSLEBEN, R., 1999. Verbraucherpräferenzen für regionale Produkte: Konsumtheoretische Grundlagen. In: Dachverband wissenschaftlicher Gesellschaften der Agrar-, Forst-, Ernährungs-, Veterinär- und Umweltforschung, Hrsg. Wissenschaftliche Arbeitstagung „Regionale Vermarktungssysteme in der Land-, Ernährungs- und Forstwirtschaft - Chancen, Probleme und Bewertung“. Bonn, 1–14.
- BLOCK, J., 1961. The Q-sort method in personality assessment and psychiatric research, 1961. Springfield: Charles C Thomas Publisher. Verfügbar unter: www.qmethod.org/articles/jack_block.pdf [18.06.2015]
- BMLFUW, 2010. Lebensmittelbericht Österreich 2010. Wien: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft. Verfügbar unter: www.lebensministerium.at/lebensmittel/lebensmittelbericht/lebensmittelbericht.html [23.03.2014]
- BOLLAND, J., 1985. The search for structure: An alternative to the forced Q-sort technique, *Political Methodology*, 1985, 11 (1), 91–107.
- BORTZ, J. und Döring, N., 2006. Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Heidelberg: Springer Verlag.
- BROWN, S., 1993. A primer on Q methodology. *Operant Subjectivity*, 1993, 16(3,4), 91–138.
- CHAMBERS, S., Lobb, A., Butler, L., Harvey, K. und Trailla, W. B., 2007. Local, national and imported foods: A qualitative study. *Appetite*, 2007, 49, 208–213.
- COTTLE, C. und McKeown, B., 1980. The forced-free distinction in Q technique: A note on unused categories in the Q sort continuum. *Operant Subjectivity*, 1980, 3(2), 58–63.
- DE-MAGISTRIS, T. und Gracia, A., 2016. Consumers' willingness-to-pay for sustainable food products: the case of organically and locally grown almonds in Spain. *Journal of Cleaner Production*, 2016, Article in Press 1–8.
- DORANDT, S. und Leonhäuser, I., 2001. Aus der Region – für die Region: Förderung eines nachhaltigen Lebensmittelkonsums in privaten Haushalten. In: Schrader, U. und Hansen, U., Hrsg. Nachhaltiger Konsum – Forschung und Praxis im Dialog. Frankfurt/Main: Campus Verlag, 215–226.
- DORANDT, S., 2005. Analyse des Konsumenten- und Anbieterverhaltens am Beispiel von regionalen Lebensmitteln. Empirische Studie zur Förderung des Konsumenten-Anbieter-Dialogs. Hamburg: Verlag Dr. Kovac.
- ERMANN, U., 2002. Regional Essen? Wert und Authentizität der Regionalität von Nahrungsmitteln. Berichte der Bundesforschungsanstalt für Ernährung. In: Gedrich, K. und Oltersdorf, U., Hrsg. Ernährung und Raum: Regionale und ethnische Ernährungsweisen in Deutschland. Freising/Weihenstephan: Bundesforschungsanstalt für Ernährung, 121–140.
- ERMANN, U., 2005. Regionalprodukte – Vernetzungen und Grenzziehungen bei der Regionalisierung von Nahrungsmitteln. Wiesbaden: Franz Steiner Verlag.
- FAAN, 2010. Local Food Systems in Europe – Case studies from five countries and what they imply for policy and practice. IFZ Graz: FAAN – Facilitating Alternative Agro-Food Networks. Verfügbar unter: www.faanweb.eu/sites/faanweb.eu/files/FAAN_Booklet_PRINT.pdf [16.06.2014]
- FELDMANN, C. und Hamm, U., 2015. Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, 2015, 40, 152–164.
- FLICK, U., 2011. Qualitative Sozialforschung. 4. Auflage. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.

- GIANNOULIS, C., Botetzagias, I. und Skanavis, C., 2010. Newspaper reporters' priorities and beliefs about environmental journalism: An application of Q-methodology. *Science Communication*, 2010, 32 (4), 425–466.
- HAUSLADEN, H., 2001. Regionales Marketing. Ein Marketing-Management-Ansatz für kleinräumige Kooperationsprojekte zur Erzielung regionaler Wettbewerbsvorteile. Marketing der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Bd. 16. Kiel: Wissenschaftsverlag Vauk.
- HOLDSWORTH, M., Brown, E. und Dury, S., 2009. Motivations of consumers that use local, organic fruit and vegetable box schemes in Central England and Southern France. *Appetite*, 2009, 53, 183–188.
- HUBER, M., 2008. Biorama – Magazin für nachhaltigen Lebensstil. Verfügbar unter: www.biorama.at/2008/04/ [1.05.2013]
- HUSSY, W., Schreier, M. und Echterhoff, G., 2013. Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. 2. Auflage. Berlin Heidelberg: Springer Verlag.
- KALIWODA, J., 2007. Kriterien für regionale Lebensmittel und Fallstudien regionaler Produktketten in Osttirol. Wien: Institut für Ökologischen Landbau, Universität für Bodenkultur.
- KAMPEN, J. und Tamás, P., 2014. Overly ambitious: contributions and current status of Q methodology. *Quality & Quantity*, Springer, 2014, 48 (6), 3109–3126.
- KARMASIN, S., 2013. Trends im Lebensmittelsektor & in der Landwirtschaft. Vortrag von Dr. Sophie Karmasin, Karmasin.Motivforschung bei Bundestagung 2013: GENUSS REGION ÖSTERREICH – auf dem Weg zu einer neuen europäischen GenussKultur. Wieselburg, 22. Jänner 2013.
- KIMMERLE, J. und Nath D., 2011. Selbstversorger: kurze Wege. DIE ZEIT Wissen. Verfügbar unter: www.zeit.de/zeit-wissen/2011/s2/Natur-Selbstversorger/komplettansicht [8.05.2013].
- KIRCHDORFER, L. M., 2013. Wir essen nur Regionales – Salzburger Familien im Selbstversuch. Seminararbeit zum Fachseminar Regionale Entwicklung. Institut für nachhaltige Wirtschaftsentwicklung. Wien: Universität für Bodenkultur.
- KUNZE, A., 2011. Local Food: Im Winter gibt's nur Kraut und Rüben. DIE ZEIT, 27.10.2011 Nr. 44. Verfügbar unter: www.zeit.de/2011/44/GL-Local-food/komplettansicht [8.05.2013]
- LAMNEK, S., 2010. Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- MACKINNON, J.B., 2007. The 100-Mile-Diet. Verfügbar unter: <http://jbmackinnon.com/books.html> [8.05.2013]
- MARTINEZ, S., Hand, M., Da Pra, M., Pollak, S., Ralston, K., Smith, T., Vogel, S., Clark, S., Lohr, L., Low, S. und Newman, C., 2010. Local Food Systems: Concepts, Impacts, and Issues. U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, 2010, ERR 97.
- MAYRING, P., 2010. Qualitative Inhaltsanalyse. 11. Auflage. Weinheim: Beltz.
- MCINTYRE, L. und Rondeau, K., 2011. Individual consumer food localism: A review anchored in Canadian farmwomen's reflections. *Journal of Rural Studies*, 2011, 27, 116–124.
- MIKUTTA, H., 2012. Besprechungsprotokoll der Auftaktveranstaltung zum Projekt „Wir essen nur Regionales“ (Informationsblatt für die Familien). Wals, 13.04.2012
- MÜLLER, F. und Kals, E., 2004. Die Q-Methode. Ein innovatives Verfahren zur Erhebung subjektiver Einstellungen und Meinungen. Forum: Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research, 2004, 5(2), Art. 34.
- NABHAN, G., 2001. Coming Home to Eat: The Pleasures and Politics of Local Foods, 2001. Verfügbar unter: <http://garnabhan.com/i/books> [8.05.2013]
- PILCH, G., 2014. Auskunft per Email.
- PROOPS, J. und Barry, J., 1999. Seeking sustainability discourses with Q methodology. *Ecological Economics*, 1999, 28 (3), 337–345.
- RAMLO, S., 2014. Elektronische Auskunft. Re: How to analyse when you don't have a quasi-normal distribution [25.07.2015]. Mailinglist der Q-Community: Q-METHOD@LISTSERV.KENT.EDU.
- ROININEN, K., Arvola, A. und Lähteenmäki, L., 2005. Exploring consumers' perceptions of local food with two different qualitative techniques: Laddering and word association. *Food Quality and Preference*, 2006, 17, 20–30.

- ROSE, N., Serrano, E., Hosig, K., Haas, C., Reaves, D. und Nickols-Richardson, S., 2008. The 100-Mile Diet: A Community Approach to Promote Sustainable Food System Impacts Dietary Quality. *Journal of Hunger&Environmental Nutrition*, 2008, 3 (2-3), 270–285.
- SCHMOLCK, P., 2014. Elektronische Auskunft. Re: AW: Placing statements outside the sorting grid [19.05.2014]. Mailinglist der Q-Community: Q-METHOD@LISTSERV.KENT.EDU.
- SCHÖNHART, M., Penker, M. und Schmid, E., 2009. Sustainable local food production and consumption – Challenges for implementation and research. *Outlook on Agriculture*, 2009, 38(2), 175-182.
- SPILLER, K., 2012. It tastes better because . . . consumer understandings of UK farmers' market food. *Appetite*, 2012, 59, 100–107.
- TEUBER, R., 2010. Warum werden regionale Qualitätsprodukte gekauft und von wem? In: Erzeugung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten. Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume. Berlin, 2009, 69–74.
- THE LOCAVORES, 2013 (Prentice J., Van Wing S., Sampson D. und Maiser J.), 2005-2013. Locavores. Verfügbar unter: www.locavores.com/home.php#top [8.05.2013], Online Forum Locavores: www.eatlocalchallenge.com [8.05.2013].
- TREGGAR, A., Weatherell, C. und Allinson, J., 2003. In search of the concerned consumer: UK public perceptions of food, farming and buying local. *Journal of Rural Studies*, 2003, 19, 233–244.
- WATTS, S. und Stenner, P., 2005. Doing Q methodology: theory, method and interpretation, *Qualitative Research in Psychology*, 2005, 2, 67–91.
- WATTS, S. und Stenner, P., 2012. Doing Q Methodological Research: Theory, Method & Interpretation. London: SAGE Publications.
- WEBLER, T., Danielson, S., und Tuler, S., 2009. Using Q method to reveal social perspectives in environmental research. Greenfield MA: Social and Environmental Research Institute. Verfügbar unter: www.seri-us.org/sites/default/files/Qprimer.pdf [18.06.2015]
- WINTER, M., 2003. Embeddedness, the new food economy and defensive localism. *Journal of Rural Studies*, 2003, 19, 23–32.
- ZEPEDA, L. und Leviten-Reid, C., 2004. Consumers' Views on Local Food. *Journal of Food Distribution Research*, 2004, 35 (3), 1–6 .

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

- ADAMS, D. C. und Salois, M. J., 2010. Local versus organic: A turn in consumer preferences and willingness-to-pay. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(04), 331–341.
- CAMPBELL, B. L., Mhlanga, S. und Lesschaeve, I., 2013. Perception versus reality: Canadian consumer views of local and organic. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroeconomie*, 61(4), 531–558.
- HINRICHS, C. C., 2000. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of rural studies*, 16(3), 295–303.
- KALÁBOVÁ J., Mokry S. und Turínková J., 2013. Regional differences of consumer preferences when shopping for regional products. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 2013, LXI, No. 7, 2255–2259.
- ONOZAKA, Y., Nurse, G. und Thilmany McFadden, D., 2010. Local food consumers: how motivations and perceptions translate to buying behavior. *Choices*, 25(1), 1–6.
- THILMANY, D., Bond, C. A. und Bond, J. K., 2008. Going local: Exploring consumer behavior and motivations for direct food purchases. *American Journal of Agricultural Economics*, 90(5), 1303–1309.

WEITERFÜHRENDE LITERATUR Q-METHODE

- BROWN, S. R., 1971. The forced-free distinction in Q technique. *Journal of Educational Measurement*, 283–287.
- HESS, R. D., und Hink, D. L., 1959. A comparison of forced vs. free Q-sort procedure. *The Journal of Educational Research*, 83–90.
- VAN EXEL, J., und de Graaf, G., 2005. Q methodology: A sneak preview. Verfügbar unter: <http://qmethod.org/articles/vanExel.pdf> [19.12.2015]

ANHANG

ANHANG A – Interviewleitfaden Experiment-Familien

ANHANG B – Interviewleitfaden Kontroll-Familien

ANHANG C – Crib Sheets für die Interpretation der Faktoren

ANHANG D – Q-Output des Programms PQMethod

ANHANG A

Interview-Leitfaden – EXPERIMENT-FAMILIEN

I. Gesprächseinstieg

- ☐ Informationen zur Diplomarbeit „um was geht’s“
 - o Erfahrungen von Familien, die am Projekt ... teilgenommen haben, sollen wissenschaftlich erhoben werden. Interessant ist, dass es dazu noch keine internationale Veröffentlichungen gibt – das Thema ist also sehr neu und kann Beitrag zur Wissenschaft leisten
 - o Die genauen Fragen der Arbeit sind: positive und negative Erfahrungen während der Selbstversuche (Unterschied zw. Bundesländer/Familien), verschiedene Versorgungsstrukturen von regionalen Lebensmitteln in den Bundesländern (z.B. lokale Vermarktungsinitiativen), lokale Unterschiede zur erhältlichen Produktpalette, Unterschiede in Wintervorbereitung, Veränderungen im Alltag durch das Projekt
- ☐ In diesem Gespräch wird es also um diese Themen gehen. Vorweg schon mal Vielen Dank, dass ihr euch Zeit nehmt.
- ☐ Eure Antworten werden selbstverständlich anonym behandelt. Ihr könnt also, ganz frei heraus eure Meinung sagen. Mir ist wichtig, dass ihr ganz ehrlich und offen über eure Erfahrungen berichten könnt. Es gibt kein richtig oder falsch. Ich will eure Erfahrungen so darstellen, wie ihr sie in der Realität wirklich erlebt habt. Nehmt euch dafür so viel Zeit wie ihr möchtet, ich werde euch nicht unterbrechen. Ich versuche nur mich so ungefähr an meine Fragen zu halten.
- ☐ Wenn ihr nichts dagegen habt, werde ich das Gespräch aufzeichnen, damit ich nicht alles mitschreiben muss.

Start Aufzeichnung, mit Sprechprobe

II. Einstiegsfragen zur Vorgeschichte der Familien

- ☐ Könntet ihr kurz eure Familie beschreiben! Kinder? Beruf? Alter? Wer lebt aller im Haushalt (Großeltern)? Zugezogen? Hier geboren? In Ort/Region verankert? Wer ist zuständig für einkaufen/Auswahl der Lebensmittel/kochen?
- ☐ Welche Motivation hattet ihr euch für das Projekt anzumelden?
- ☐ Wie würdet ihr euer Konsumverhalten vor dem Projekt beschreiben?
- ☐ Habt ihr vor dem Projekt schon vieles selbst hergestellt, im Garten angebaut?

III. Positive Erfahrungen und Herausforderungen

- ☐ Welche positiven Erfahrungen hattet ihr mit der regionalen Ernährung während eures Projekts? Was hat euch besonders überzeugt regional zu essen?
- ☐ Welche negativen Erfahrungen fallen euch ein? Was war besonders schwierig oder sogar unmöglich?

Offen reden lassen, nachfragen, ermutigen...

Nicht in Q-Statements enthaltene Aspekte – mitnotieren!

Q-Methode

Ich hätte jetzt etwas vorbereitet. Ich habe hier verschiedene Kärtchen mit sogenannten Statements drauf. Viele Erfahrungen, die ihr grad genannt habt, findet ihr darunter wieder. Wenn euch noch zusätzliche einfallen, die euch wichtig sind – hab ich leere Karten auch noch mit, die wir beschriften können. (s. Notizen)

Dürfte ich euch nun bitten, diese Kärtchen anhand dieser Skala zu sortieren. Ihr seht hier: trifft völlig zu (5) und trifft gar nicht zu (-5). Nehmt also bitte die Kärtchen und legt der Reihe nach hin, wie sie eure Meinung am besten widerspiegeln. Am einfachsten ist, man sucht sich die Kärtchen zu denen man eine klare Meinung hat und legt das schon mal auf 5 oder -5. Und die anderen je nach Gefühl dazwischen oder dazu. Wenn es Kärtchen gibt mit denen ihr nichts anfangen könnt, dürft ihr diese auch gerne überlassen und auf die Seite legen.

Q-Sort (festkleben)

- ☐ Für euch sind die positivsten Motive regional zu essen, also (siehe Q-Sort) – Warum gerade diese, könnt ihr mir das näher erklären?
 - ☐ Was ist euch am positivsten von dem Projekt in Erinnerung geblieben?
- ☐ Barrieren sind für euch folgende Aspekte: ... (siehe Q-Sort) – Wieso habt ihr diese auf 5 und diese auf -5 gelegt? Gibt es dafür Gründe?
 - ☐ Was ist euch besonders negativ in Erinnerung geblieben?
- ☐ Warum habt ihr diese Kärtchen übergelassen?
- ☐ Was hat euch während des Projekts besonders überrascht? Was hat ihr gar nicht erwartet? Oder was habt ihr erwartet, ist aber nicht eingetroffen?
 - ☐ Man hat ja als Konsument so eine Voreinstellung zum Thema regionale Ernährung (wie viel die Produkte kosten, wo man sie herbekommen könnte, dass es vl. mehr Aufwand ist wie nur in den Supermarkt zu gehen) – welche dieser Einstellungen hat sich bewahrt, welche nicht?

Nachfragen, wenn nicht schon erwähnt:

Was sagt ihr zum Thema Preis:

- ☐ Sind regionale Produkte teurer?
- ☐ Hat die regionale Ernährung euer Haushaltsbudget belastet?
- ☐ In der Stmk. erwähnen die Familien am häufigsten „hoher Preis“ bei den negativen Aspekten, in Sbg. wird „Hoher Zeitaufwand“ am häufigsten genannt. Warum könnte das eurer Meinung nach so sein?

Was sagt ihr zum Thema Qualität:

- ☐ Haben regionale Produkte immer eine bessere Qualität?

Was sagt ihr zum Thema Zeitaufwand:

- ☐ Bedeutet eine regionale immer mehr Zeitaufwand?

Was sagt ihr zum Thema Selbstversorgen:

- ☐ Bedeutet regionale Ernährung für euch gleichzeitig Selbstversorgen?
- ☐ Sind euch nach diesem Kartenverfahren noch positive oder negative Aspekte eingefallen, die ihr noch erwähnen oder besonders hervorheben wollt?

IV. Versorgerstrukturen regionaler Lebensmittel

Ich hab mir erlaubt für euch was zu zeichnen. Das ist eine Versorger-Landschaft. Ich habe schon mal alle Versorger aufgezeichnet, die ihr in den Zeitungsberichten erwähnt habt. Für mich wäre interessant zu wissen, wo ihr eure regionalen Lebensmittel bezogen habt und

eventuell auch warum genau bei diesem oder jenem Bauern oder Markt. Super wäre ein umfangreiches Bild, von allen euren Lebensmittelversorgern.

Blatt: Versorgerstrukturen (inkl. bunter Stifte)

Könntet ihr euch meine Zeichnung ansehen und dann in der Farbe Blau dazu zeichnen, welche Versorger ich vergessen hab oder einfach durchstreichen wenn ich was falsch eingezeichnet habe.

(wenn ihr wollt kann ich auch gern für euch zeichnen)

Mit der Farbe Grün könnt ihr die Versorger einringeln. -> je größer der Kreis, desto öfter habt ihr dort regionale Produkte gekauft.

Und, könnt ihr mir noch ansagen, wie weit diese Versorger von euch zuhause weg sind (km/Ortschaft)?

- ☐ Was hat euch an diesen Versorgern besonders gefallen? Was war weniger verbraucherfreundlich?
- ☐ Seid ihr zufrieden mit dieser Versorger-Struktur? Wo seht ihr Defizite/Lücken in dieser Struktur? Was würdet ihr euch wünschen für die Zukunft?

V. Regionale Produkte

- ☐ Welche Produkte waren regional ganz leicht erhältlich, welche eher schwieriger?
- ☐ Auf welche Produkte musstet ihr während des Projekts verzichten?
- ☐ Auf welche Produkte habt ihr wirklich verzichtet und wo habt ihr Ausnahmen gemacht? Und warum habt ihr diese Ausnahmen gemacht? (wegen Kinder, Sinnhaftigkeit?)
- ☐ Welche regionale Alternativen habt ihr für importierte Produkte gefunden? (mir fällt da z.B. Dinkelreis ein) – Welche Produkte habt ihr mit anderen ersetzt?

VI. Winter

- ☐ Habt ihr Vorbereitungen für den Winter getroffen? Ja/Nein

Wenn Ja:

- ☐ Welche Vorbereitungen wurden für den Winter getroffen? Habt ihr viel eingefroren, eingeernt?
- ☐ Wie sieht für euch eine regionale Ernährung im Winter aus?

Wenn Nein:

- ☐ Wieso habt ihr keine Vorbereitungen getroffen? Sind regionale Produkte auch im Winter erhältlich?
- ☐ Wie sieht für euch eine regionale Ernährung im Winter aus?

VII. Alltag nach dem Projekt/Langzeitwirkung

- ☐ Was hat sich in eurem Alltag nach dem Projekt verändert?
- ☐ Hat das Projekt seine Spuren hinterlassen?
- ☐ Ernährt ihr euch heute noch regional? Warum oder warum nicht?
- ☐ Welche Verhaltensweisen habt ihr beibehalten? Welche nach dem Projekt wieder verworfen? Warum?
- ☐ Was habt ihr gelernt?
- ☐ Würdet ihr das Projekt mit eurem heutigen Wissen noch einmal machen?

ANHANG B

Interview-Leitfaden – KONTROLL-FAMILIEN

I. Gesprächseinstieg

- ☐ Informationen zur Diplomarbeit „um was geht's“
 - o Es gab ich Sbg. und der Stmk. 2 Projekte, wo sich Familien in einem Experiment selbst verpflichtet haben ein halbes Jahr lang nur regionale Produkte zu konsumieren.
 - o Diese Erfahrungen von den Familien sollen wissenschaftlich erhoben werden. Interessant ist, dass es dazu noch keine internationalen Veröffentlichungen gibt – das Thema ist also sehr neu und kann Beitrag zur Wissenschaft leisten
 - o Um die Aussagekraft meiner Erhebungen zu steigern, werden auch Kontrollpersonen befragt. Das sind Familien mit ähnlichen Merkmalen, die nicht an diesen Experimenten teilgenommen haben. Die Antworten von den Kontrollpersonen können dann mit den Antworten der am Projekt teilgenommenen Familien verglichen werden.
- ☐ Vielen Dank, dass ihr euch Zeit nehmt.
- ☐ Eure Antworten werden selbstverständlich anonym behandelt. Ihr könnt also, ganz frei heraus eure Meinung sagen. Mir ist wichtig, dass ihr ganz ehrlich und offen seid. Es gibt kein richtig oder falsch, oder ob ihr mehr wisst oder weniger als die Familien. Bei den Kontrollpersonen geht es einfach darum, die Meinungen von KonsumentInnen zu erheben, die nicht am Projekt teilgenommen haben und somit unvoreingenommen und neutral gegenüber der regionalen Ernährung stehen. Nehmt euch für eure Antworten so viel Zeit wie ihr möchtet, ich werde euch nicht unterbrechen. Ich versuche nur mich so ungefähr an meine Fragen zu halten.
- ☐ Wenn ihr nichts dagegen habt, werde ich das Gespräch aufzeichnen, damit ich nicht alles mitschreiben muss.

Start Aufzeichnung, Sprechprobe

II. Einstiegsfragen zur Vorgeschichte der Kontroll-Familien

- ☐ Könntet ihr kurz eure Familie beschreiben! Kinder? Beruf? Alter? Wer lebt aller im Haushalt (Großeltern)? Zugezogen? Hier geboren? In Ort/Region verankert? Wer ist zuständig für einkaufen/Auswahl der Lebensmittel/kochen?
- ☐ Wie würdet ihr euer Konsumverhalten beschreiben? Wie und wo geht ihr so einkaufen? Wer kocht? Baut ihr in eurem Garten auch etwas an?

III. Positive Motive und Barrieren

Definition regionale Lebensmittel: wenn ich von regionalen Lebensmitteln spreche, dann meine ich in erster Linie Lebensmittel aus eurer Region. Also in deinem Fall aus dem Bundesland Salzburg/den umliegenden Bezirken.

Nicht in Q-Statements enthaltene Aspekte – mitnotieren!

- ☐ Kauft ihr regionale Lebensmittel? Ja/Nein/manchmal/österreichische
 - o Achtet ihr auf die Herkunft von Lebensmitteln?

- o Kauft ihr vl. keine regionalen Produkte, achtet aber auf österreichische Herkunft?
- o Kauft ihr österreichische Produkte?
- ☐ Welche positiven Motive/Gründe fallen euch ein regionale Produkte zu kaufen?
 - o Warum würdet ihr regionale Lebensmittel kaufen?
 - o Was sind für euch Vorteile von regionalen Lebensmitteln gegenüber importierten Lebensmitteln?
- ☐ Was sind eurer Meinung nach Barrieren nicht regional einzukaufen?
 - o An was scheitert es, dass ihr nicht mehr regionale Produkte einkauft?
 - o Was hindert euch daran regionale Produkte zu kaufen?
 - o Was ist negativ an regionalen Produkten (am Produkt an sich, oder an der Beschaffung)?

Q-Methode

Ich hätte jetzt etwas vorbereitet. Ich habe hier verschiedene Kärtchen mit sogenannten Statements drauf. Alle Motive, die ihr grad genannt habt, findet ihr in ähnlicher Formulierung darunter wieder. Wenn euch noch zusätzliche einfallen, die euch wichtig sind – hab ich leere Karten auch noch mit, die wir beschriften könnten. (siehe Notizen)

Dürfte ich euch nun bitten, diese Kärtchen anhand dieser Skala zu sortieren. Ihr seht hier: trifft völlig zu (5) und trifft gar nicht zu (-5). Nehmt also bitte die Kärtchen und legt sie der Reihe nach hin, wie sie eure Meinung am besten widerspiegeln. Am einfachsten ist, man sucht sich die Kärtchen zu denen man eine klare Meinung hat und legt das schon mal auf 5 oder -5. Und die anderen je nach Gefühl dazwischen oder dazu. Wenn es Kärtchen gibt mit denen ihr nichts anfangen könnt, dürft ihr diese auch gerne überlassen und auf die Seite legen.

Q-Sort (festkleben)

- ☐ Für euch sind die positivsten Motive regional zu essen, also (siehe Q-Sort) – Warum gerade diese, könnt ihr mir das näher erklären?
- ☐ Barrieren sind für euch folgende Aspekte: ... (siehe Q-Sort) – Wieso habt ihr diese auf 5 und diese auf -5 gelegt? Gibt es dafür Gründe?
- ☐ Warum habt ihr diese Kärtchen übergelassen?

Nachfragen, wenn nicht schon erwähnt:

Was sagt ihr zum Thema Preis:

- ☐ Glaubt ihr, sind regionale Produkte teurer?

Was sagt ihr zum Thema Qualität:

- ☐ Haben regionale Produkte eurer Meinung nach immer eine bessere Qualität?

Was sagt ihr zum Thema Zeitaufwand:

- ☐ Glaubt ihr, dass regionale Ernährung mehr Zeitaufwand bedeutet?

Was sagt ihr zum Thema Selbstversorgen:

- ☐ Bedeutet regionale Ernährung für euch gleichzeitig Selbstversorgen?
- ☐ Sind euch nach diesem Kartenverfahren noch positive oder negative Aspekte von regionalen Lebensmitteln eingefallen, die ihr noch erwähnen oder besonders hervorheben wollt?

IV. Versorgerstrukturen regionaler Lebensmittel

- ☐ Du hast ja erwähnt, du kaufst regional...
 - o Wo kaufst du denn regionale Produkte?
 - o Gibt es da im Ort irgendwelche besonderen Angebote, die du in Anspruch nimmst? (Lieferungen, Bauern?)
 - wenn ja, nehmen das viele Nachbarn auch in Anspruch?
 - Was funktioniert daran besonders gut?
- ☐ Du hast erwähnt du kaufst keine regionalen Produkte....
 - o Woher beziehst du deine Lebensmittel?
 - o Kennst du Orte, wo man regionale Produkte kaufen könnte? Welche?

Ich hab mir erlaubt für euch was zu zeichnen. Das ist eine Versorger-Landschaft von der Familie XY in ..., die am Projekt teilgenommen haben. Ich habe alle Regional-Versorger aufgezeichnet, die sie in ihren Zeitungsberichten erwähnt haben. Mit der Familie habe ich das dann noch ergänzt. Für mich wäre interessant zu wissen, ob ihr auch schon mal bei diesen Versorgern eingekauft habt, oder ob ihr sie überhaupt kennt.

Blatt: Versorgerstrukturen (inkl. bunter Stifte)

Könntet ihr euch meine Zeichnung ansehen und dann mit der Farbe Orange die Versorger schraffieren/anmalen, die ihr kennt?

(wenn ihr wollt kann ich auch gern für euch zeichnen)

Anschließend die Versorger in der Farbe Gelb einringeln, bei welchen ihr schon mal was gekauft habt. (je dicker euer Kreis, desto häufiger kauft ihr dort)

Wenn euch noch mehr Versorger einfallen (in eurer Gemeinde/Region), könnt ihr sie mit Rot dazu zeichnen. Und, könnt ihr mir noch ansagen, wie weit diese Versorger von euch zuhause weg sind (km/Ortschaft)?

- ☐ Wenn ihr mehr von diesen Versorgern gekannt hättet, hättet ihr dann schon öfter regionale Produkte dort gekauft?
- ☐ Einige habt ihr gekannt: Was gefällt euch an den Versorgern, die ihr kennt bzw. wo ihr einkauft besonders gut?
 - o Was findet ihr an diesen Versorgern weniger verbraucherfreundlich?
- ☐ Seid ihr zufrieden mit dieser Versorger-Struktur? Wo seht ihr Defizite/Lücken in dieser Struktur? Was würdet ihr euch wünschen für die Zukunft?

ANHANG C

Crib sheet for Factor 1

Items Ranked at +5

- 9 Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie (gleich mit F3)
- 15 Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen (gleich mit F2 u. F3)
- 25 Reg. LM haben kürzere Transportwege (gleich mit F2 u. F3)

Items Ranked Higher in Factor 1 Array than in Other Factor Arrays

- 2 Reg. LM haben eine bessere Qualität 0 (gleich mit F3)
- 3 Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis +2 (gleich mit F3)
- 4 Reg. P. schmecken besser +2
- 8 Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis +1
- 9 Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie +5 (gleich mit F3)
- 10 Reg. LM sind frischer +4
- 12 Reg. LM haben keine chem Zusätze -1 (gleich mit F2)
- 13 Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle +3
- 16 Reg. P. sind unverfälscht +3
- 18 Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden 0
- 19 Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert +1 (gleich mit F3)
- 22 Reg. P. weil Identifikation mit Region +4
- 28 Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust -4
- 29 Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild -1
- 36 Reg. LM immer nur in Saison erhältlich +4 (gleich mit F2)
- 37 Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen -3
- 38 Produktqualitäten von reg. LM sind variabel +1
- 46 Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht +1
- 50 Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren 0

Items Ranked Lower in Factor 1 Array than in Other Factor Arrays

- 14 Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region +3 (gleich mit F2)
- 20 Reg. LM sind gesünder 0
- 21 Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion 0 (gleich mit F3)
- 23 In reg. Fleisch sind keine Hormone -1
- 24 Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen +1
- 30 Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer -2
- 31 Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...) -2
- 32 Zu wenig Info über reg. LM -3 (gleich mit F3)
- 33 Reg. LM kaufen bedeutet Organisation -2 (gleich mit F2)
- 35 Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg -5
- 40 Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten -4
- 41 Reg. Ernährung nicht alltagstauglich -3
- 43 Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung -5
- 44 Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig -3
- 45 Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig -1
- 47 Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege -5
- 48 Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung -1

Items Ranked -5

- 35 Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg
- 43 Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung
- 47 Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege

Additional items potentially interesting for Factor 1

- 11 Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion +2 (F2: -1, F3: +3)
Hat F2 vl. noch nie direkt beim Bauern einkauft und ist es deswegen nicht wichtig?
- 34 Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht -4 (F2: -5, F3: -1)
F1 lehnt das möglicherweise so stark ab, weil er so überzeugt von reg. LM ist, F2: weil sie glauben sich reg. zu ernähren sei ja so einfach, F3: will es nicht zugeben, aber widerspricht am wenigsten, weil sie es vl. selbst erfahren haben
- 39 Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen -1 (F2: 1, F3: -3)

F1 und F3 nehmen in Kauf mehrere Versorger anzufahren, während F2 schon zugibt, nur an einem Platz (Hinweis LEH) einkaufen zu wollen
 42 Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten -2 (F2: 3, F3: -4)
Wieder Hinweis darauf, dass F1 und F3 dieser Meinung sind, weil sie es selbst erfahren haben, wie es ist, reg. Produkte nicht zu erhalten?
 26 Produktion reg. LM naturnahe Produktion (gleich mit F2 u. F3)

Crib sheet for Factor 2

Items Ranked at +5

- 15 Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen (gleich mit F1 u. F3)
- 25 Reg. LM haben kürzere Transportwege (gleich mit F1 u. F3)
- 43 Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung

Items Ranked Higher in Factor 2 Array than in Other Factor Arrays

- 1 Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut +3
- 6 Reg. P. sind umweltfreundlich +4
- 7 Reg. LM sind tierfreundlich produziert +2
- 12 Reg. LM haben keine chem Zusätze -1 (gleich mit F1)
- 17 Reg. LM verbinde ich mit Bio 0
- 20 Reg. LM sind gesünder +1 (gleich mit F3)
- 21 Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion +1
- 30 Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer +1
- 32 Zu wenig Info über reg. LM 0
- 36 Reg. LM immer nur in Saison erhältlich +4
- 39 Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen +1
- 41 Reg. Ernährung nicht alltagstauglich 0
- 42 Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten +3
- 43 Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung +5

Items Ranked Lower in Factor 2 Array than in Other Factor Arrays

- 2 Reg. LM haben eine bessere Qualität -1
- 3 Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis -4
- 5 Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz +2
- 8 Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis -5
- 9 Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie +4
- 11 Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion -1
- 14 Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region +3 (gleich mit F1)
- 16 Reg. P. sind unverfälscht -2
- 18 Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden -3
- 19 Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert -1
- 22 Reg. P. weil Identifikation mit Region 0 (gleich mit F3)
- 27 Regional kommt für mich vor Bio -3
- 28 Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust -5 (gleich mit F3)
- 33 Reg. LM kaufen bedeutet Organisation -2 (gleich mit F1)
- 34 Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht -5
- 38 Produktqualitäten von reg. LM sind variabel -2 (gleich mit F3)
- 49 Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig -4

Items Ranked -5

- 8 Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis
- 28 Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust (gleich mit F3)
- 34 Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht

Additional items potentially interesting for Factor 2

- 35 Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg -2 (F1: -5, F3: 0)
- Wissen sie denn überhaupt wo es welche gibt? Wieso nicht zugestimmt?*
- 40 Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten 0 (F1: -4, F3: +3)
- Bedeutet 0 - kann ich nicht sagen, weil ich dort nicht einkaufe?*
- 26 Produktion reg. LM naturnahe Produktion (gleich mit F2 u. F3)
- 31 Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...) +2 (F1: -2, F3: +3)
- 44 Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig -1 (F1: -3, F3: 0)
- Annahme: F2 ist normaler Konsument der in Supermarkt einkauft? Warum glaub er es ist nicht so schwierig dort regional einzukaufen? Hat er es probiert?*

Crib sheet for Factor 3

Items Ranked at +5

- 9 Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie (gleich mit F1)
- 11 Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion
- 14 Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region
- 15 Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen (gleich mit F1 u. F2)
- 24 Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen
- 25 Reg. LM haben kürzere Transportwege (gleich mit F1 u. F2)
- 48 Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung

Items Ranked Higher in Factor 3 Array than in Other Factor Arrays

- 2 Reg. LM haben eine bessere Qualität 0 (gleich mit F1)
- 3 Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis +2 (gleich mit F2)
- 5 Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz +4 (gleich mit F1)
- 9 Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie +5 (gleich mit F1)
- 11 Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion +5
- 14 Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region +5
- 19 Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert +1 (gleich mit F1)
- 20 Reg. LM sind gesünder +1 (gleich mit F2)
- 23 In reg. Fleisch sind keine Hormone
- 24 Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen +5
- 27 Regional kommt für mich vor Bio +4
- 31 Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...) +3
- 33 Reg. LM kaufen bedeutet Organisation +3
- 34 Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht -1
- 35 Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg 0
- 40 Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten +3
- 44 Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig 0
- 45 Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig +2
- 47 Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege +1
- 48 Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung +5
- 49 Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig +3

Items Ranked Lower in Factor 3 Array than in Other Factor Arrays

- 1 Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut -2
- 4 Reg. P. schmecken besser -1
- 6 Reg. P. sind umweltfreundlich -2
- 7 Reg. LM sind tierfreundlich produziert -1
- 10 Reg. LM sind frischer +1
- 12 Reg. LM haben keine chem Zusätze -4
- 13 Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle -1
- 17 Reg. LM verbinde ich mit Bio -4
- 21 Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion 0 (gleich mit F1)
- 22 Reg. P. weil Identifikation mit Region 0 (gleich mit F2)
- 25 Reg. LM haben kürzere Transportwege +3
- 28 Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust -5 (gleich mit F2)
- 29 Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild -5
- 31 Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)
- 32 Zu wenig Info über reg. LM -3 (gleich mit F1)
- 36 Reg. LM immer nur in Saison erhältlich -2
- 37 Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen -5
- 38 Produktqualitäten von reg. LM sind variabel -2 (gleich mit F2)
- 39 Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen -3
- 42 Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten -4
- 46 Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht -3
- 50 Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren -3

Items Ranked -5

- 28 Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust (gleich mit F2)
- 29 Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild
- 37 Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen

Additional items potentially interesting for Factor 3

- 3 Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis +1 (F1: +2, F2: -4)
Im Vgl. zu F3 wird Preis nicht als Barriere wahrgenommen, nicht höher als +1 weil manches teurer ist, manches aber schon billiger (siehe Interviews)
- 18 Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden -2 (F1: 0, F2: -3)
sieht regionale Ernährung nicht romantisch, sondern realistisch als Nahrungsbeschaffung
- 26 Produktion reg. LM naturnahe Produktion (gleich mit F2 u. F3)
- 41 Reg. Ernährung nicht alltagstauglich -1 (F1: -3, F2: 0)
Bedeutet 0 von F2 also leichte Zustimmung oder „ich weiß es nicht“? Heißt -1, es ist schon ein bisschen alltagstauglich, weil ich es ausprobiert habe, aber nicht all zu sehr?
- 43 Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung +1 (F1: -5, F2: +5)

Q-Output des Programms PQMethod

PQMethod2.33
 PAGE 1
 REG_GEM 4var_3f
 Path and Project Name: C:\PQMethod\projects\REG_GEM
 Jul 24 15

Correlation Matrix Between Sorts

SORTS	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
1 Sbg-E1	100	61	56	56	44	56	36	0	61	43	64	37	19	33	39	28	35	23
2 Sbg-E2	61	100	24	25	25	44	20	12	31	38	44	34	9	40	25	18	48	43
3 Sbg-E3	56	24	100	36	21	33	18	-4	61	20	25	29	33	9	48	34	29	4
4 Sbg-E4	56	25	36	100	46	51	41	1	41	38	42	34	23	27	31	20	33	15
5 Stmk-E1	44	25	21	46	100	51	25	33	18	42	46	18	7	43	15	16	7	39
6 Stmk-E2	56	44	33	51	51	100	34	4	29	49	59	18	9	46	47	37	43	43
7 Sbg-E5	36	20	18	41	25	34	100	-1	9	37	39	34	14	41	12	9	35	34
8 Sbg-E6	0	12	-4	1	33	4	-1	100	-6	-3	-14	12	15	4	-5	-2	-5	26
9 Stmk-E3	61	31	61	41	18	29	9	-6	100	27	42	15	20	19	20	6	39	5
10 Sbg-K1	43	38	20	38	42	49	37	-3	27	100	55	9	25	56	32	21	45	40
11 Sbg-K2	64	44	25	42	46	59	39	-14	42	55	100	31	16	63	51	22	54	38
12 Sbg-K3	37	34	29	34	18	18	34	12	15	9	31	100	48	10	48	36	33	16
13 Sbg-K4	19	9	33	23	7	9	14	15	20	25	16	48	100	16	43	23	28	-1
14 Stmk-K1	33	40	9	27	43	46	41	4	19	56	63	10	16	100	32	7	54	54
15 Stmk-K2	39	25	48	31	15	47	12	-5	20	32	51	48	43	32	100	56	44	27
16 Sbg-K5	28	18	34	20	16	37	9	-2	6	21	22	36	23	7	56	100	16	20
17 Sbg-K6	35	48	29	33	7	43	35	-5	39	45	54	33	28	54	44	16	100	33
18 Stmk-K3	23	43	4	15	39	43	34	26	5	40	38	16	-1	54	27	20	33	100

Unrotated Factor Matrix

	Factors							
	1	2	3	4	5	6	7	8
SORTS								
1 Sbg-E1	0.7875	0.1485	-0.2843	0.2637	0.0404	-0.0768	0.2030	-0.1218
2 Sbg-E2	0.6256	-0.1392	-0.0294	0.0119	-0.1017	-0.05120	0.3714	-0.1776
3 Sbg-E3	0.5457	0.5518	-0.1977	0.2164	0.0678	-0.0990	-0.1023	0.3933
4 Sbg-E4	0.6444	0.0987	-0.1605	0.2972	-0.0540	0.4180	0.0568	-0.0756
5 Stmk-E1	0.5588	-0.3505	0.1056	0.5286	0.1857	0.1924	-0.1692	-0.1721
6 Stmk-E2	0.7498	-0.1645	-0.0318	0.0605	0.3429	0.0539	0.0124	0.0074
7 Sbg-E5	0.5189	-0.2163	0.0356	-0.0820	-0.3084	0.5205	0.3306	0.3642
8 Sbg-E6	0.0580	-0.2183	0.5507	0.6092	-0.2320	-0.2766	-0.1244	0.1047
9 Stmk-E3	0.5354	0.3086	-0.5467	0.2304	-0.1585	-0.2479	-0.1331	0.1212
10 Sbg-K1	0.6740	-0.2757	-0.0777	-0.1504	0.0060	0.1062	-0.3365	-0.0174
11 Sbg-K2	0.7962	-0.1525	-0.1775	-0.1929	0.0625	0.0515	-0.0185	-0.2753
12 Sbg-K3	0.5008	0.4078	0.4455	-0.0019	-0.2669	0.0985	0.3757	-0.2143
13 Sbg-K4	0.3749	0.4713	0.3819	-0.0448	-0.4172	0.0882	-0.4071	-0.1084
14 Stmk-K1	0.6497	-0.4824	0.0103	-0.2651	-0.1217	-0.0257	-0.2388	-0.0018
15 Stmk-K2	0.6395	0.3876	0.2963	-0.2918	0.2634	-0.0609	-0.1392	-0.0368
16 Sbg-K5	0.4280	0.3577	0.3903	-0.1122	0.5631	0.0194	0.0816	0.1291
17 Sbg-K6	0.6665	-0.0049	-0.0662	-0.4119	-0.3201	-0.2007	-0.0189	0.1023
18 Stmk-K3	0.5240	-0.5222	0.3227	-0.0527	0.0887	-0.2245	0.0898	0.2904
Eigenvalues	6.3709	1.9665	1.4927	1.3212	1.1065	1.0282	0.8760	0.6413
% expl.var.	35	11	8	7	6	6	5	4

Cumulative Communalities Matrix

Factors 1 Thru

	1	2	3	4	5	6	7	8
SORTS								
1 Sbg-E1	0.6201	0.6421	0.7230	0.7925	0.7942	0.8001	0.8413	0.8561
2 Sbg-E2	0.3914	0.4108	0.4117	0.4118	0.4222	0.6843	0.8222	0.8538
3 Sbg-E3	0.2977	0.6022	0.6413	0.6882	0.6928	0.7026	0.7130	0.8677
4 Sbg-E4	0.4153	0.4250	0.4508	0.5391	0.5420	0.7168	0.7200	0.7257
5 Stmk-E1	0.3122	0.4351	0.4462	0.7257	0.7602	0.7972	0.8258	0.8554
6 Stmk-E2	0.5621	0.5892	0.5902	0.5939	0.7114	0.7144	0.7145	0.7146
7 Sbg-E5	0.2693	0.3161	0.3173	0.3240	0.4192	0.6901	0.7994	0.9320
8 Sbg-E6	0.0034	0.0510	0.3543	0.7255	0.7793	0.8558	0.8713	0.8823
9 Stmk-E3	0.2867	0.3819	0.6807	0.7338	0.7589	0.8204	0.8381	0.8528
10 Sbg-K1	0.4542	0.5303	0.5363	0.5589	0.5589	0.5702	0.6835	0.6838
11 Sbg-K2	0.6340	0.6572	0.6887	0.7260	0.7299	0.7325	0.7329	0.8086
12 Sbg-K3	0.2508	0.4171	0.6156	0.6156	0.6868	0.6965	0.8377	0.8836
13 Sbg-K4	0.1406	0.3627	0.5085	0.5105	0.6846	0.6924	0.8581	0.8698
14 Stmk-K1	0.4221	0.6549	0.6550	0.7252	0.7401	0.7407	0.7977	0.7977
15 Stmk-K2	0.4090	0.5592	0.6470	0.7321	0.8015	0.8052	0.8246	0.8259
16 Sbg-K5	0.1832	0.3111	0.4635	0.4761	0.7932	0.7936	0.8002	0.8169
17 Sbg-K6	0.4442	0.4442	0.4486	0.6182	0.7207	0.7609	0.7613	0.7717
18 Stmk-K3	0.2745	0.5472	0.6513	0.6541	0.6620	0.7124	0.7204	0.8048
cum% expl.Var.	35	46	55	62	68	74	79	82

Factor Matrix with an X Indicating a Defining Sort

Loadings			
QSORT	1	2	3
1 Sbg-E1	0.4072	0.1941	0.7614
2 Sbg-E2	0.5396X	0.1520	0.2945
3 Sbg-E3	0.0079	0.4122	0.7180
4 Sbg-E4	0.3192	0.1732	0.6099X
5 Stmk-E1	0.4413	-0.0276	0.3428
6 Stmk-E2	0.6299	0.1766	0.3737
7 Sbg-E5	0.5372X	0.1174	0.1259
8 Sbg-E6	-0.0342	0.1079	-0.0929
9 Stmk-E3	0.1392	0.0343	0.8326X
10 Sbg-K1	0.7096X	0.0874	0.2184
11 Sbg-K2	0.7422	0.1630	0.3689
12 Sbg-K3	0.1302	0.7443X	0.1525
13 Sbg-K4	0.0145	0.7011X	0.1292
14 Stmk-K1	0.8509X	0.0234	0.0188
15 Stmk-K2	0.3416	0.7537X	0.1680
16 Sbg-K5	0.1427	0.6697X	0.0757
17 Sbg-K6	0.6326X	0.3146	0.1885
18 Stmk-K3	0.7096X	0.0980	-0.1470
% expl.Var.	24	14	16

Free Distribution Data Results

QSORT	MEAN	ST.DEV.
1 Sbg-E1	2.060	3.793
2 Sbg-E2	1.740	3.219
3 Sbg-E3	2.460	3.105
4 Sbg-E4	0.800	3.090
5 Stmk-E1	0.860	3.902
6 Stmk-E2	0.740	3.680
7 Sbg-E5	1.340	3.657
8 Sbg-E6	0.860	3.563
9 Stmk-E3	2.060	3.904
10 Sbg-K1	0.520	3.471
11 Sbg-K2	0.200	4.150
12 Sbg-K3	1.360	2.546
13 Sbg-K4	2.000	3.517
14 Stmk-K1	0.720	4.310
15 Stmk-K2	1.380	3.123
16 Sbg-K5	2.340	2.291
17 Sbg-K6	-0.140	4.417
18 Stmk-K3	0.740	3.607

Factor Scores with Corresponding Ranks

No.	Statement	No.	Factors					
			1	2	3			
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	0.67	18	0.77	10	-0.87	39
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	0.46	22	-0.10	34	0.34	29
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	3	0.97	12	-1.75	47	0.65	16
4	Reg. P. schmecken besser	4	0.91	15	0.36	19	0.12	31
5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	1.10	7	0.69	13	0.94	9
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	6	0.96	13	1.16	6	-0.52	36
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0.40	24	0.68	14	0.05	32
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	8	0.52	20	-2.44	49	0.42	27
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	1.45	2	1.16	6	1.04	7
10	Reg. LM sind frischer	10	1.20	4	0.95	8	0.55	22
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	11	0.94	14	-0.14	35	1.04	7
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	12	-0.37	33	-0.10	34	-1.59	46
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	13	1.03	8	0.15	27	0.26	30
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	0.99	10	1.10	7	1.04	7
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	1.45	2	1.41	3	1.04	7
16	Reg. P. sind unverfälscht	16	1.00	9	-0.14	36	0.55	22
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	17	-0.55	36	0.14	28	-1.59	46
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	18	0.05	25	-1.06	43	-0.91	40
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	0.48	21	0.03	30	0.55	22
20	Reg. LM sind gesünder	20	-0.04	26	0.37	18	0.55	22
21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	-0.10	28	0.47	16	0.44	24
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	22	1.19	5	0.25	23	0.42	27
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	-0.36	32	0.26	22	0.55	22
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	0.74	17	0.61	15	1.04	7
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	1.35	3	1.41	1	1.04	7
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	0.98	11	0.72	12	0.75	15
27	Regional kommt für mich vor Bio	27	0.43	23	-0.67	41	0.94	9
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	28	-1.47	46	-2.91	50	-2.08	50
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	29	-0.52	35	-1.28	44	-2.08	50
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	30	-0.56	37	0.42	17	-0.42	35
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	-1.10	38	0.75	11	0.84	13
32	Zu wenig Info über reg. LM	32	-1.28	41	0.21	24	-1.50	44
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	-1.19	39	-0.19	37	0.84	13
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-1.53	47	-2.37	48	-0.17	33
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-1.71	50	-0.51	39	0.42	27

36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	1.12	6	1.17	4	-0.71	37
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-1.29	42	-1.28	45	-2.08	50
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	0.57	19	-0.66	40	-0.81	38
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	-0.38	34	0.27	20	-1.18	42
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	-1.42	45	0.07	29	0.84	13
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	-1.32	43	0.26	22	-0.36	34
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	-1.23	40	0.86	9	-1.98	47
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	-1.65	49	1.41	3	0.53	23
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-1.37	44	-0.02	31	0.36	28
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	-0.31	31	0.18	26	0.75	15
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	0.75	16	-0.26	38	-1.11	41
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-1.54	48	-1.02	42	0.55	22
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	-0.26	30	0.18	26	1.04	7
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	-0.05	27	-1.49	46	0.84	13
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	50	-0.10	29	-0.06	32	-1.38	43

Correlations Between Factor Scores

	1	2	3
1	1.0000	0.3469	0.3435
2	0.3469	1.0000	0.2816
3	0.3435	0.2816	1.0000

Factor Scores -- For Factor 1

No.	Statement	No.	Z-SCORES
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	1.448
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	1.448
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	1.350
10	Reg. LM sind frischer	10	1.197
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	22	1.189
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	1.115
5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	1.099
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	13	1.032
16	Reg. P. sind unverfälscht	16	1.001
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	0.994
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	0.978
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	3	0.973
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	6	0.965
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	11	0.942
4	Reg. P. schmecken besser	4	0.913
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	0.752
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	0.737
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	0.671
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	0.574
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	8	0.524
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	0.476
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	0.457
27	Regional kommt für mich vor Bio	27	0.427
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0.402
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	18	0.053
20	Reg. LM sind gesünder	20	-0.043
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	-0.052
21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	-0.095
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	50	-0.098
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	-0.263
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	-0.308
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	-0.362
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	12	-0.368
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	-0.380

29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	29	-0.523
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	17	-0.549
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	30	-0.560
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	-1.102
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	-1.194
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	-1.229
32	Zu wenig Info über reg. LM	32	-1.283
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-1.293
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	-1.317
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-1.374
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	-1.424
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	28	-1.475
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-1.526
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-1.539
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	-1.649
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-1.711

Factor Scores -- For Factor 2

No.	Statement	No.	Z-SCORES
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	1.415
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	1.408
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	1.408
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	1.170
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	6	1.155
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	1.155
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	1.100
10	Reg. LM sind frischer	10	0.947
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	0.855
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	0.770
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	0.748
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	0.718
5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	0.688
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0.684
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	0.606
21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	0.474

30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	30	0.416
20	Reg. LM sind gesünder	20	0.369
4	Reg. P. schmecken besser	4	0.358
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	0.270
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	0.257
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	0.257
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	22	0.253
32	Zu wenig Info über reg. LM	32	0.214
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	0.181
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	0.181
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	13	0.150
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	17	0.139
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	0.068
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	0.025
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-0.018
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	50	-0.063
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	12	-0.097
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	-0.097
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	11	-0.138
16	Reg. P. sind unverfälscht	16	-0.141
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	-0.186
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	-0.262
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-0.507
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	-0.662
27	Regional kommt für mich vor Bio	27	-0.669
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-1.017
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	18	-1.060
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	29	-1.275
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-1.282
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	-1.493
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	3	-1.749
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-2.366
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	8	-2.445
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	28	-2.913

Factor Scores -- For Factor 3

No.	Statement	No.	Z-SCORES
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	1.039
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	11	1.039
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	1.039
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	1.039
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	1.039
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	1.039
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	1.039
5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	0.942
27	Regional kommt für mich vor Bio	27	0.942
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	0.845
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	0.845
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	0.845
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	0.845
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	0.748
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	0.748
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	3	0.651
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	0.554
20	Reg. LM sind gesünder	20	0.554
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	0.554
16	Reg. P. sind unverfälscht	16	0.554
10	Reg. LM sind frischer	10	0.554
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	0.554
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	0.533
21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	0.436
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	8	0.415
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	0.415
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	22	0.415
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	0.360
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	0.339
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	13	0.263
4	Reg. P. schmecken besser	4	0.124
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0.048
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-0.167
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	-0.361
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	30	-0.423

6	Reg. P. sind umweltfreundlich	6	-0.520
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	-0.714
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	-0.811
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	-0.873
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	18	-0.908
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	-1.108
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	-1.185
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	50	-1.379
32	Zu wenig Info über reg. LM	32	-1.497
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	12	-1.594
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	17	-1.594
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	-1.982
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	28	-2.079
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-2.079
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	29	-2.079

Descending Array of Differences Between Factors 1 and 2

No.	Statement	No.	Type 1	Type 2	Difference
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	8	0.524	-2.445	2.969
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	3	0.973	-1.749	2.722
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	-0.052	-1.493	1.441
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	28	-1.475	-2.913	1.438
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	0.574	-0.662	1.236
16	Reg. P. sind unverfälscht	16	1.001	-0.141	1.143
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	18	0.053	-1.060	1.114
27	Regional kommt für mich vor Bio	27	0.427	-0.669	1.097
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	11	0.942	-0.138	1.080
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	0.752	-0.262	1.014
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	22	1.189	0.253	0.936
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	13	1.032	0.150	0.882
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-1.526	-2.366	0.840
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	29	-0.523	-1.275	0.752
4	Reg. P. schmecken besser	4	0.913	0.358	0.555
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	0.457	-0.097	0.554
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	0.476	0.025	0.450

5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	1.099	0.688	0.412
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	1.448	1.155	0.292
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	0.978	0.718	0.260
10	Reg. LM sind frischer	10	1.197	0.947	0.250
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	0.737	0.606	0.130
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	1.448	1.408	0.039
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-1.293	-1.282	-0.011
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	50	-0.098	-0.063	-0.035
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	1.115	1.170	-0.055
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	1.350	1.415	-0.065
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	0.671	0.770	-0.099
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	0.994	1.100	-0.106
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	6	0.965	1.155	-0.191
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	12	-0.368	-0.097	-0.271
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0.402	0.684	-0.282
20	Reg. LM sind gesünder	20	-0.043	0.369	-0.412
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	-0.263	0.181	-0.443
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	-0.308	0.181	-0.489
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-1.539	-1.017	-0.522
21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	-0.095	0.474	-0.569
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	-0.362	0.257	-0.619
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	-0.380	0.270	-0.650
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	17	-0.549	0.139	-0.688
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	30	-0.560	0.416	-0.976
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	-1.194	-0.186	-1.008
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-1.711	-0.507	-1.204
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-1.374	-0.018	-1.355
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	-1.424	0.068	-1.492
32	Zu wenig Info über reg. LM	32	-1.283	0.214	-1.496
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	-1.317	0.257	-1.574
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	-1.102	0.748	-1.850
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	-1.229	0.855	-2.084
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	-1.649	1.408	-3.058

Descending Array of Differences Between Factors 1 and 3

No.	Statement	Type 1	Type 3	Difference
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	0.752	-1.108	1.860
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	1.115	-0.714	1.829
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	-0.523	-2.079	1.556
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	0.671	-0.873	1.544
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	0.965	-0.520	1.485
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	0.574	-0.811	1.385
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	-0.098	-1.379	1.281
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	-0.368	-1.594	1.226
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	-0.549	-1.594	1.045
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	0.053	-0.908	0.962
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	-0.380	-1.185	0.805
4	Reg. P. schmecken besser	0.913	0.124	0.789
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgung	-1.293	-2.079	0.786
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	1.189	0.415	0.773
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	1.032	0.263	0.770
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	-1.229	-1.982	0.753
10	Reg. LM sind frischer	1.197	0.554	0.644
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	-1.475	-2.079	0.604
16	Reg. P. sind unverfälscht	1.001	0.554	0.448
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	1.448	1.039	0.409
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	1.448	1.039	0.409
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	0.402	0.048	0.355
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	0.973	0.651	0.322
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	1.350	1.039	0.311
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	0.978	0.748	0.230
32	Zu wenig Info über reg. LM	-1.283	-1.497	0.214
5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	1.099	0.942	0.158
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	0.457	0.339	0.118
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	0.524	0.415	0.109
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	0.994	1.039	-0.045
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	0.476	0.554	-0.078
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	0.942	1.039	-0.097
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	-0.560	-0.423	-0.137
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	0.737	1.039	-0.302
27	Regional kommt für mich vor Bio	0.427	0.942	-0.515

21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	-0.095	0.436	-0.531
20	Reg. LM sind gesünder	20	-0.043	0.554	-0.597
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	-0.052	0.845	-0.897
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	-0.362	0.554	-0.915
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	-1.317	-0.361	-0.956
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	-0.308	0.748	-1.056
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	-0.263	1.039	-1.302
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-1.526	-0.167	-1.360
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-1.374	0.360	-1.733
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	-1.102	0.845	-1.947
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	-1.194	0.845	-2.039
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-1.539	0.554	-2.093
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-1.711	0.415	-2.127
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	-1.649	0.533	-2.182
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	-1.424	0.845	-2.269

Descending Array of Differences Between Factors 2 and 3

No.	Statement	No.	Type 2	Type 3	Difference
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	0.855	-1.982	2.837
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	1.170	-0.714	1.884
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	17	0.139	-1.594	1.733
32	Zu wenig Info über reg. LM	32	0.214	-1.497	1.710
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	6	1.155	-0.520	1.675
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	0.770	-0.873	1.643
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	12	-0.097	-1.594	1.497
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	0.270	-1.185	1.455
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	50	-0.063	-1.379	1.316
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	1.408	0.533	0.875
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	-0.262	-1.108	0.847
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	30	0.416	-0.423	0.839
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	29	-1.275	-2.079	0.804
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-1.282	-2.079	0.797
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0.684	0.048	0.636
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	0.257	-0.361	0.618

10	Reg. LM sind frischer	10	0.947	0.554	0.394
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	1.415	1.039	0.376
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	1.408	1.039	0.370
4	Reg. P. schmecken besser	4	0.358	0.124	0.234
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	-0.662	-0.811	0.149
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	1.155	1.039	0.116
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	1.100	1.039	0.061
21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	0.474	0.436	0.038
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	0.718	0.748	-0.030
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	0.748	0.845	-0.097
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	13	0.150	0.263	-0.113
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	18	-1.060	-0.908	-0.152
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	22	0.253	0.415	-0.162
20	Reg. LM sind gesünder	20	0.369	0.554	-0.185
5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	0.688	0.942	-0.254
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	0.257	0.554	-0.296
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-0.018	0.360	-0.378
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	0.606	1.039	-0.433
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	-0.097	0.339	-0.436
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	0.025	0.554	-0.528
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	0.181	0.748	-0.567
16	Reg. P. sind unverfälscht	16	-0.141	0.554	-0.695
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	0.068	0.845	-0.777
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	28	-2.913	-2.079	-0.834
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	0.181	1.039	-0.858
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-0.507	0.415	-0.922
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	-0.186	0.845	-1.031
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	11	-0.138	1.039	-1.177
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-1.017	0.554	-1.571
27	Regional kommt für mich vor Bio	27	-0.669	0.942	-1.611
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-2.366	-0.167	-2.199
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	-1.493	0.845	-2.338
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	3	-1.749	0.651	-2.400
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	8	-2.445	0.415	-2.860

35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-2.11	29	-0.24	48	0.94	59
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	0.46	55	1.23	62	-0.69	43
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-0.58	44	-0.89	41	-2.19	28
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	0.42	54	-0.64	44	-1.70	33
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	-0.12	49	0.41	54	-0.22	48
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	-1.42	36	0.02	50	1.17	62
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	-1.49	35	0.85	58	-1.14	39
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	-0.82	42	1.32	63	-0.65	44
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	-1.71	33	1.44	64	0.75	57
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-1.70	33	0.21	52	0.78	58
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	-0.64	44	0.58	56	0.97	60
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	1.03	60	-0.44	46	-0.79	42
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-2.00	30	-0.65	44	1.10	61
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	-0.51	45	0.26	53	0.73	57
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	-0.01	50	-1.52	35	0.85	59
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	50	0.32	53	0.49	55	-1.72	33

Factor Q-Sort Values for Each Statement

Factor Arrays

No.	Statement	No.	1	2	3
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	1	3	-2
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	0	-1	0
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	3	2	-4	1
4	Reg. P. schmecken besser	4	2	1	-1
5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	3	2	3
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	6	2	4	-2
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0	2	-1
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	8	1	-5	0
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	5	4	3
10	Reg. LM sind frischer	10	4	3	0
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	11	2	-1	3

12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	12	-1	-1	-4
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	13	3	0	-1
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	3	3	3
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	5	5	3
16	Reg. P. sind unverfälscht	16	3	-2	0
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	17	-2	0	-4
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	18	0	-3	-2
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	1	-1	0
20	Reg. LM sind gesünder	20	0	1	0
21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	0	1	0
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	22	4	0	0
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	-1	0	0
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	1	2	3
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	5	5	3
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	2	2	2
27	Regional kommt für mich vor Bio	27	0	-3	3
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	28	-4	-5	-5
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	29	-1	-3	-5
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	30	-2	1	-1
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	-2	2	2
32	Zu wenig Info über reg. LM	32	-3	0	-3
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	-2	-2	2
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-4	-5	-1
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-5	-2	0
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	4	4	-2
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-3	-4	-5
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	1	-2	-2
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	-1	1	-3
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	-4	0	2
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	-3	0	-1
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	-2	3	-4
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	-5	5	0
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-3	-1	0
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	-1	0	2
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	1	-2	-3
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-5	-3	0

- 48 Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung
 49 Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig
 50 Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren

48 -1 0 3
 49 0 -4 2
 50 0 -1 -3

Variance = 7.400 St. Dev. = 2.720

Factor Q-Sort Values for Statements sorted by Consensus vs. Disagreement (Variance across Factor Z-Scores)

Factor Arrays

No.	Statement	No.	1	2	3
14	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	3	3	3
26	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	2	2	2
25	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	5	5	3
5	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	3	2	3
9	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	5	4	3
24	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	1	2	3
15	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	5	5	3
19	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	1	-1	0
2	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	0	-1	0
20	Reg. LM sind gesünder	20	0	1	0
21	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	0	1	0
7	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0	2	-1
10	Reg. LM sind frischer	10	4	3	0
4	Reg. P. schmecken besser	4	2	1	-1
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-3	-4	-5
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	-1	0	0
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	13	3	0	-1
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	22	4	0	0
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	30	-2	1	-1
45	Für reg. Ernährung Vorbereitung auf Winter notwendig	45	-1	0	2
16	Reg. P. sind unverfälscht	16	3	-2	0
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	18	0	-3	-2

11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	11	2	-1	3
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	48	-1	0	3
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	28	-4	-5	-5
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	39	-1	1	-3
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturerfahren	50	0	-1	-3
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	38	1	-2	-2
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	29	-1	-3	-5
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	41	-3	0	-1
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	12	-1	-1	-4
27	Regional kommt für mich vor Bio	27	0	-3	3
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	17	-2	0	-4
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	44	-3	-1	0
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	6	2	4	-2
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	1	3	-2
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	46	1	-2	-3
32	Zu wenig Info über reg. LM	32	-3	0	-3
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	33	-2	-2	2
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	35	-5	-2	0
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	36	4	4	-2
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	47	-5	-3	0
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	31	-2	2	2
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	34	-4	-5	-1
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	40	-4	0	2
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	49	0	-4	2
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	42	-2	3	-4
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	3	2	-4	1
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	43	-5	5	0
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	8	1	-5	0

Factor Characteristics	Factors		
	1	2	3
No. of Defining Variables	6	4	2
Average Rel. Coef.	0.800	0.800	0.800
Composite Reliability	0.960	0.941	0.889
S.E. of Factor Z-Scores	0.200	0.243	0.333

Standard Errors for Differences in Factor Z-Scores

(Diagonal Entries Are S.E. Within Factors)

Factors	1	2	3
1	0.283	0.314	0.389
2	0.314	0.343	0.412
3	0.389	0.412	0.471

Distinguishing Statements for Factor 1

(P < .05 ; Asterisk (*) Indicates Significance at P < .01)

Both the Factor Q-Sort Value (Q-SV) and the Z-Score (Z-SCR) are Shown.

No.	Statement	Factors					
		1		2		3	
		Q-SV	Z-SCR	Q-SV	Z-SCR	Q-SV	Z-SCR
22	Reg. P. weil Identifikation mit Region	4	1.19	0	0.25	0	0.42
13	Reg. Ernährung bedeutet Sicherheit und Kontrolle	3	1.03	0	0.15	-1	0.26
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	1	0.75*	-2	-0.26	-3	-1.11
38	Produktqualitäten von reg. LM sind variabel	1	0.57*	-2	-0.66	-2	-0.81
18	Reg. LM sind mit Erinnerungen verbunden	0	0.05	-3	-1.06	-2	-0.91
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	0	-0.05	-4	-1.49	2	0.84
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	-1	-0.36	0	0.26	0	0.55
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	-1	-0.38	1	0.27	-3	-1.18
29	Reg. Produkte haben besseres Erscheinungsbild	-1	-0.52	-3	-1.28	-5	-2.08
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	-2	-0.55	0	0.14	-4	-1.59
31	Reg. Ernährung viel Zeitaufwand (Einkauf,...)	-2	-1.10*	2	0.75	2	0.84
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	-2	-1.19*	-2	-0.19	2	0.84
41	Reg. Ernährung nicht alltagstauglich	-3	-1.32	0	0.26	-1	-0.36
44	Reg. P. im Supermarkt kaufen ist schwierig	-3	-1.37*	-1	-0.02	0	0.36
40	Reg. Verkaufsstätten schlechte Öffnungszeiten	-4	-1.42*	0	0.07	2	0.84
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	-4	-1.53*	-5	-2.37	-1	-0.17
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	-5	-1.65*	5	1.41	0	0.53
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	-5	-1.71*	-2	-0.51	0	0.42

Distinguishing Statements for Factor 2

($P < .05$; Asterisk (*) Indicates Significance at $P < .01$)

Both the Factor Q-Sort Value (Q-SV) and the Z-Score (Z-SCR) are Shown.

No.	Statement	Factors					
		1		2		3	
		Q-SV	Z-SCR	Q-SV	Z-SCR	Q-SV	Z-SCR
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	-5	-1.65	5	1.41	0	0.53
42	Durch reg. Ernährung auf viele Produkte verzichten	-2	-1.23	3	0.86*	-4	-1.98
30	Reg. LM haben hohen Preis, sind teuer	-2	-0.56	1	0.42	-1	-0.42
39	wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	-1	-0.38	1	0.27	-3	-1.18
32	Zu wenig Info über reg. LM	-3	-1.28	0	0.21*	-3	-1.50
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	-2	-0.55	0	0.14	-4	-1.59
11	Reg. Ernährung Beziehung zu Bauern u Interaktion	2	0.94	-1	-0.14*	3	1.04
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	-2	-1.19	-2	-0.19	2	0.84
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	1	0.75	-2	-0.26	-3	-1.11
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	-5	-1.71	-2	-0.51	0	0.42
27	Regional kommt für mich vor Bio	0	0.43	-3	-0.67*	3	0.94
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	0	-0.05	-4	-1.49*	2	0.84
3	Reg. LM guten, angemessen, billigeren Preis	2	0.97	-4	-1.75*	1	0.65
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	-4	-1.53	-5	-2.37*	-1	-0.17
8	Einkaufen und Umgang mit reg. P. ist Erlebnis	1	0.52	-5	-2.44*	0	0.42
28	Reg. Essen bedeutet für Diät, Gewichtsverlust	-4	-1.47	-5	-2.91	-5	-2.08

Distinguishing Statements for Factor 3

($P < .05$; Asterisk (*) Indicates Significance at $P < .01$)

Both the Factor Q-Sort Value (Q-SV) and the Z-Score (Z-SCR) are Shown.

No.	Statement	Factors					
		1		2		3	
		Q-SV	Z-SCR	Q-SV	Z-SCR	Q-SV	Z-SCR
48	Reg. Ernährung bedeutet Vorratshaltung, Wohnung	-1	-0.26	0	0.18	3	1.04
33	Reg. LM kaufen bedeutet Organisation	-2	-1.19	-2	-0.19	2	0.84
49	Für reg. Ernährung viel Wissen notwendig	0	-0.05	-4	-1.49	2	0.84
47	Reg. P. nicht umweltschonend, längere Wege	-5	-1.54	-3	-1.02	0	0.55*
43	Reg. Ernährung bedeutet Umstellung, Herausforderung	-5	-1.65	5	1.41	0	0.53
35	Verkaufsstandorte von reg. LM zu weit weg	-5	-1.71	-2	-0.51	0	0.42
34	Auswahl an reg. P., Produktpalette, ist schlecht	-4	-1.53	-5	-2.37	-1	-0.17*
6	Reg. P. sind umweltfreundlich	2	0.96	4	1.16	-2	-0.52*
36	Reg. LM immer nur in Saison erhältlich	4	1.12	4	1.17	-2	-0.71*
1	Auswahl an reg. P., Produktpalette, gut	1	0.67	3	0.77	-2	-0.87*
46	Nicht immer regional drin, wo reg. drauf steht	1	0.75	-2	-0.26	-3	-1.11
39	Wunsch Einkauf an einem Platz zu erledigen	-1	-0.38	1	0.27	-3	-1.18
50	Reg. LM viel abhängiger von Naturgefahren	0	-0.10	-1	-0.06	-3	-1.38*
12	Reg. LM haben keine chem Zusätze	-1	-0.37	-1	-0.10	-4	-1.59*
17	Reg. LM verbinde ich mit Bio	-2	-0.55	0	0.14	-4	-1.59*

Consensus Statements -- Those That Do Not Distinguish Between ANY Pair of Factors.

All Listed Statements are Non-Significant at $P > .01$, and Those Flagged with an * are also Non-Significant at $P > .05$.

No.	Statement	Factors								
		1			2			3		
		No.	Q-SV	Z-SCR	Q-SV	Z-SCR	Q-SV	Z-SCR	Q-SV	Z-SCR
2*	Reg. LM haben eine bessere Qualität	2	0	0.46	-1	-0.10	0	0.34	0	0.34
4	Reg. P. schmecken besser	4	2	0.91	1	0.36	-1	0.12	-1	0.12
5*	Reg. LM bedeuten mehr Vertrauen u Transparenz	5	3	1.10	2	0.69	3	0.94	3	0.94
7*	Reg. LM sind tierfreundlich produziert	7	0	0.40	2	0.68	-1	0.05	-1	0.05
9*	Mit reg. P. gutes Essen für meine Familie	9	5	1.45	4	1.16	3	1.04	3	1.04
10*	Reg. LM sind frischer	10	4	1.20	3	0.95	0	0.55	0	0.55
14*	Reg. LM verbinde ich mit Spezialitäten aus Region	14	3	0.99	3	1.10	3	1.04	3	1.04
15*	Mit reg. LM heimische Landwirtschaft unterstützen	15	5	1.45	5	1.41	3	1.04	3	1.04
19*	Reg. LM sind gentechnisch nicht verändert	19	1	0.48	-1	0.03	0	0.55	0	0.55
20*	Reg. LM sind gesünder	20	0	-0.04	1	0.37	0	0.55	0	0.55
21*	Reg. P. in handwerklicher, kleiner Produktion	21	0	-0.10	1	0.47	0	0.44	0	0.44
23	In reg. Fleisch sind keine Hormone	23	-1	-0.36	0	0.26	0	0.55	0	0.55
24*	Mit reg. P. Kindern zeigen woher LM stammen	24	1	0.74	2	0.61	3	1.04	3	1.04
25*	Reg. LM haben kürzere Transportwege	25	5	1.35	5	1.41	3	1.04	3	1.04
26*	Produktion reg. LM naturnahe Produktion	26	2	0.98	2	0.72	2	0.75	2	0.75
37	Reg. ernähren bedeutet Selbstversorgen	37	-3	-1.29	-4	-1.28	-5	-2.08	-5	-2.08

QANALYZE was completet at 14:41:04