

Einstellung, Kaufverhalten und Wissen über Bio-Lebensmittel

Umfrage unter Studierenden der Hochschule Neubrandenburg

Studierende der Diätetik untersuchten das Kaufverhalten und den Wissenstand von KommilitonInnen in Bezug auf Bio-Lebensmittel. Durchgeführt wurde die Studie im Zeitraum vom 12. Oktober 2020 bis zum 12. November 2020 im Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“ des Bachelorstudiengangs Diätetik der Hochschule Neubrandenburg.

Hintergrund

Im Jahr 2020 fanden 74 % der 14- bis 22-Jährigen in Deutschland Umwelt- und Klimaschutz sehr wichtig. Bio-Lebensmittel werden mit einem positiven Effekt auf die Umwelt in Verbindung gebracht. Der Umsatz durch biologisch hergestellte Lebensmittel hat sich weltweit in den letzten 20 Jahren vervielfacht und das Angebot steigt stetig an. Der Marktanteil von Bio-Lebensmitteln betrug 2017 in Deutschland 5,1 % [1]. Allgemeine Hauptgründe für den Kauf von Bio-Lebensmitteln sind gesundheitliche und ethische Motive sowie artgerechte Tierhaltung und Umweltschutz [1]. Bio-Lebensmittel werden bevorzugt im Supermarkt gekauft. Beliebter wird aber auch der Kauf auf Wochenmärkten, in Bäckereien und Metzgereien [2].

Die Preise für Bio-Lebensmittel sind durch die Anforderungen der „EG-Öko-Verordnung“ etwas höher als die für konventionelle Lebensmittel [1, 3] und diese daher für viele Studierende schlechter zugänglich. Sie weisen jedoch eine geringere Pestizid- und Antibiotika-Belastung auf wie auch höhere Mineralstoff- und Vitamin Gehalte [4]. Außerdem reduzieren sie die mit der konventionellen Landwirtschaft einhergehenden Umweltbelastungen [5]. Dies wird v. a. für jungen Menschen immer wichtiger [6].

Das Ziel der vorliegenden Studie war es daher, das Kaufverhalten und den Wissenstand über Bio-Lebensmittel bei Studierenden der Hochschulen mithilfe einer Online-Umfrage zu erfassen.

Methodik

Über die Studierenden-/Alumni-Verteiler der Hochschule Neubrandenburg wurden 2 117 Personen kontaktiert (2 057 Studierende und ca. 60 Diätetik-AbsolventInnen). Die Umfrage wurde anonymisiert über die webbasierte Umfrageplattform Lime-Survey durchgeführt (Version 3.22.2, Hamburg). Der Umfragezeitraum betrug 3 Wochen. Die Befragung bestand aus 2 offenen und 16 geschlossenen Fragen. Die statistische Auswertung erfolgte über SPSS, Version 25 (IBM, Armonk, New York, USA).

Ergebnisse

An der Umfrage nahmen 450 Personen teil. Nur vollständig ausgefüllte Fragebögen wurden in die Analyse inkludiert (n = 350, davon 261 Frauen, 86 Männer, 3 Divers).

89 % (n = 310) der Befragten gaben an, zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel einzukaufen, davon mehr als zwei Drittel mindestens einmal die Woche (n = 212; 68 %). Nahezu alle Befragten, die angaben sich vegan oder vegetarisch zu ernähren (99 %, n = 95/96), kauften Bio-Lebensmittel ein, bei FlexitarierInnen (91 %, n = 70/77) und MischköstlerInnen (82 %, n = 145/177) war der Anteil etwas geringer.

Mit 103 (33 %) Angaben war Tierwohl der bedeutendste Hauptbeweggrund für den Kauf von Bio-Lebensmitteln. Die geschlechtsspezifische Auswertung bestätigte dies für

Frauen, während Männer allein betrachtet am häufigsten Naturschutzangaben (♦ Abbildung 1).

Die beliebteste Einkaufsstätte war der Supermarkt (92 %, n = 285), gefolgt von Drogerien (39 %, n = 120), Bioläden (33 %, n = 100), Wochenmärkten (15 %, n = 46), Biobauernhöfen (12 %, n = 38), Biosupermärkten (10 %, n = 32), Reformhäusern (9 %, n = 29) und dem Internet (6 %, n = 18). Die drei am häufigsten gekauften Bio-Lebensmittelgruppen waren Gemüse, Obst und Eier.

Die Zufriedenheit mit dem Angebot an Bio-Lebensmitteln lag im Durchschnitt bei $5,6 \pm 2,7$ auf einer Zufriedenheitsskala von 1–10. Die Befragten wünschten sich eine größere Auswahl an Bio-Produkten (n = 56; 16 %), günstigere Preise (n = 36; 10 %), mehr Transparenz in Bezug auf die Bio-Siegel (n = 32; 9 %) und mehr regionale Bio-Produkte (n = 32; 9 %). Zusätzlich sollten die Verpackungen umweltfreundlicher sein (n = 35; 10 %).

40 Befragte (11 %) gaben an, keine Bio-Produkte zu kaufen. Die zwei häufigsten Beweggründe dafür waren der Preis (n = 15; 38 %) und fehlendes Vertrauen in Bio-Siegel bzw. Bio-Lebensmittel (n = 10; 25 %), gefolgt von Desinteresse (n = 7, 18 %) („Sonstiges: n = 8, 20 %). Ungefähr die Hälfte der Frauen (n = 11; 46 %) und zwei Drittel der Männer (n = 10; 67 %) würden auch keine Bio-Lebensmittel kaufen, wenn ihnen mehr Geld zur Verfügung stehen würde. Circa die Hälfte der Nicht-Kaufenden (n = 19; 48 %) würde auch keine Bio-Lebens-

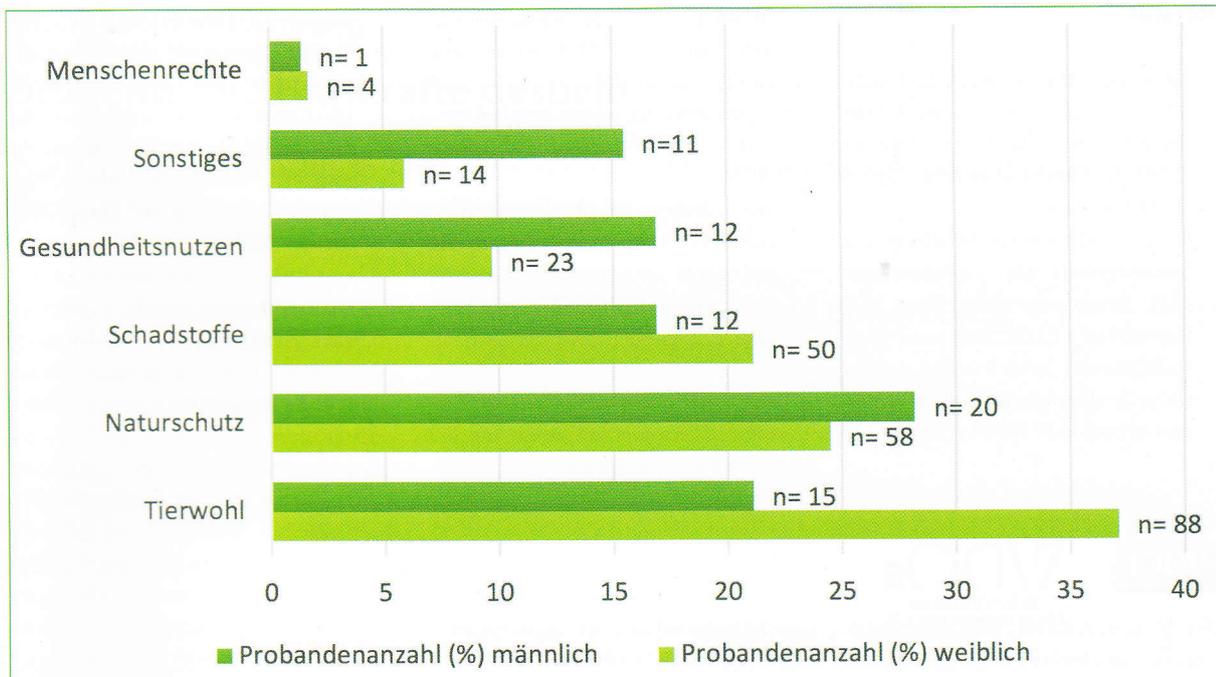


Abb. 1: Hauptbeweggründe, Bio-Lebensmittel zu kaufen (n = 308)

mittel kaufen, wenn der Zusatznutzen transparenter dargelegt wäre.

Um den Wissensstand über Bio-Lebensmittel zu evaluieren, wurde den TeilnehmerInnen zunächst die Frage gestellt, welche Bio-Siegel sie kennen. Fast alle Bio-Kaufenden und Nicht-Bio-Kaufende kannten das Deutsche Biosiegel (n = 346; 99 %) und das EU-Biosiegel (n = 339; 97 %), gefolgt von Bioland (n = 263; 75 %), Demeter (n = 251, 72 %) und Naturland (n = 197, 56 %). Weniger bekannt hingegen waren die Siegel Biopark (n = 63, 18 %) und Biokreis (n = 35, 10 %) sowie Gäa, Ecovin, Ecoland und Verbund Ökohof (alle < 10 %). Nur 78 Befragte (22 %) konnten die Frage beantworten, wie viel Prozent der Zutaten in einem Bio-Lebensmittel aus ökologischem Anbau sein müssen. Jedoch kannten immerhin über zwei Drittel die Antworten auf die Fragen: „Ab wann darf ein Lebensmittel die Bezeichnung „biologisch“ oder „ökologisch“ tragen?“ (n = 213; 61 %), „Welches Siegel ist verpflichtend für ALLE Bio-Lebensmittel?“ (n = 254, 73 %) und „Worin besteht der Unterschied zwischen den EU-Bio-Siegel und den anderen Bio-Siegeln?“ (n = 238, 68 %).

Schlussfolgerung

Insgesamt zeigt sich ein hohes Interesse unter den befragten Studierenden, Bio-Lebensmittel zu kaufen. Die Hauptbeweggründe waren Tier- und Umweltschutz, weniger der mögliche Gesundheitsnutzen. Dies steht im Widerspruch zur EsKiMo-II-Studie [1], in der gesundheitliche und ethische Motive zu den Hauptbeweggründen zählten. In diese Auswertung wurden aber ausschließlich 8- bis 11-Jährige inkludiert, was den Unterschied erklären könnte.

Der Anteil der Nicht-Kaufenden war in dieser Online-Umfrage gering und es muss davon ausgegangen werden, dass der Aufruf zur Teilnahme Studierende mehr anspricht, die Bio-Lebensmittel kaufen. Dieser Selektions-Bias war schon während der Studienkonzeption antizipiert. Dennoch lieferte die Untersuchung Daten zum Kaufverhalten derjenigen, die Bio-Lebensmittel kaufen, zu ihren Beweggründen und ihrer Zufriedenheit mit Bio-Produkten. Unerwartet war, dass sowohl kaufende als auch nicht-kaufende Studierende im gleichen Ausmaß Wissenslücken in den Grundkenntnissen zu Bio-Le-

bensmitteln aufwiesen. Hier scheint generell ein zusätzlicher Informationsbedarf vorzuliegen.

Josie Bönisch
Julia Schwerinske
Servar Tolay
Luna Schindler
 (alle cand. B.Sc.)
 al20043@hs-nb.de
 Hochschule Neubrandenburg
 Studiengang Diätetik

Betreuung:
 Prof. Dr. Luzia Valentini
 Fatuma Meyer, M.Sc
 Hochschule Neubrandenburg
 Studiengang Diätetik
