



EINSTELLUNG, KAUFVERHALTEN UND WISSEN ÜBER BIOLOGISCHE LEBENSMITTEL:

*Eine Umfrage bei Studierenden der
Hochschule Neubrandenburg*

J. Schwerinske¹, J. Bönisch¹, S. Tolay¹, L. Schindler¹,
F. Meyer² und L. Valentini^{1,2}

¹Hochschule Neubrandenburg, Deutschland;

²Neubrandenburger

Institut für evidenzbasierte Diätetik (NIED)

DISCLOSURE FOR JULIA SCHWERINSKE

In compliance with COI policy, Nutrition 2021 requires the following disclosures to the session audience:

Shareholder	No relevant conflicts of interest to declare
Grant / Research Support	No relevant conflicts of interest to declare
Consultant	No relevant conflicts of interest to declare
Employee	Student job at a health food store
Paid Instructor	No relevant conflicts of interest to declare
Speaker bureau	No relevant conflicts of interest to declare
Other	No relevant conflicts of interest to declare

Presentation includes discussion of the following off-label use of a drug or medical device:

<N/A>



HINTERGRUND

- Jüngeren Menschen wird der Umwelt- und Klimaschutz immer wichtiger ¹
- Bewusstsein biologische Lebensmittel zu kaufen ist gewachsen ²
- Angebot und Umsatz von biologischen Lebensmittel steigt stetig an ²

ZIELE DER STUDIE

- das Kaufverhalten und Wissen über biologische Lebensmittel von Studierenden der Hochschule Neubrandenburg (Mecklenburg-Vorpommern, D) zu erheben
- kaufende und nicht-kaufende Studierende zu vergleichen

METHODEN

- Anonymisierte Online-Umfrage (LimeSurvey)
- Fragebogen enthielt 18 geschlossene und 5 offene Fragen
- Zeitraum: 07.10 bis 28.10.2020
- Link-Aussendung erfolgte über zentralen Studierenden-E-Mail-Verteiler der Hochschule Neubrandenburg, der alle Studierenden erfasst (ca. 2000)

¹ Umwelt Bundesamt (Hrsg.). URL: <https://www.umweltbundesamt.de/daten/private-haushalte-konsum/umweltbewusstsein-umweltverhalten#umweltbewusstsein-jugendlicher>. 19.02.2020. [letzter Zugriff: 24.05.2021].

² Robert Koch Institut, Berlin. (Hrsg.). URL: https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Gesundheitsberichterstattung/GBEDownloadsJ/FactSheets/JoHM_01_2020_Bio_Lebensmittel_Konsum.pdf?_blob=publicationFile. 04.03.2020. [letzter Zugriff: 24.05.2021].

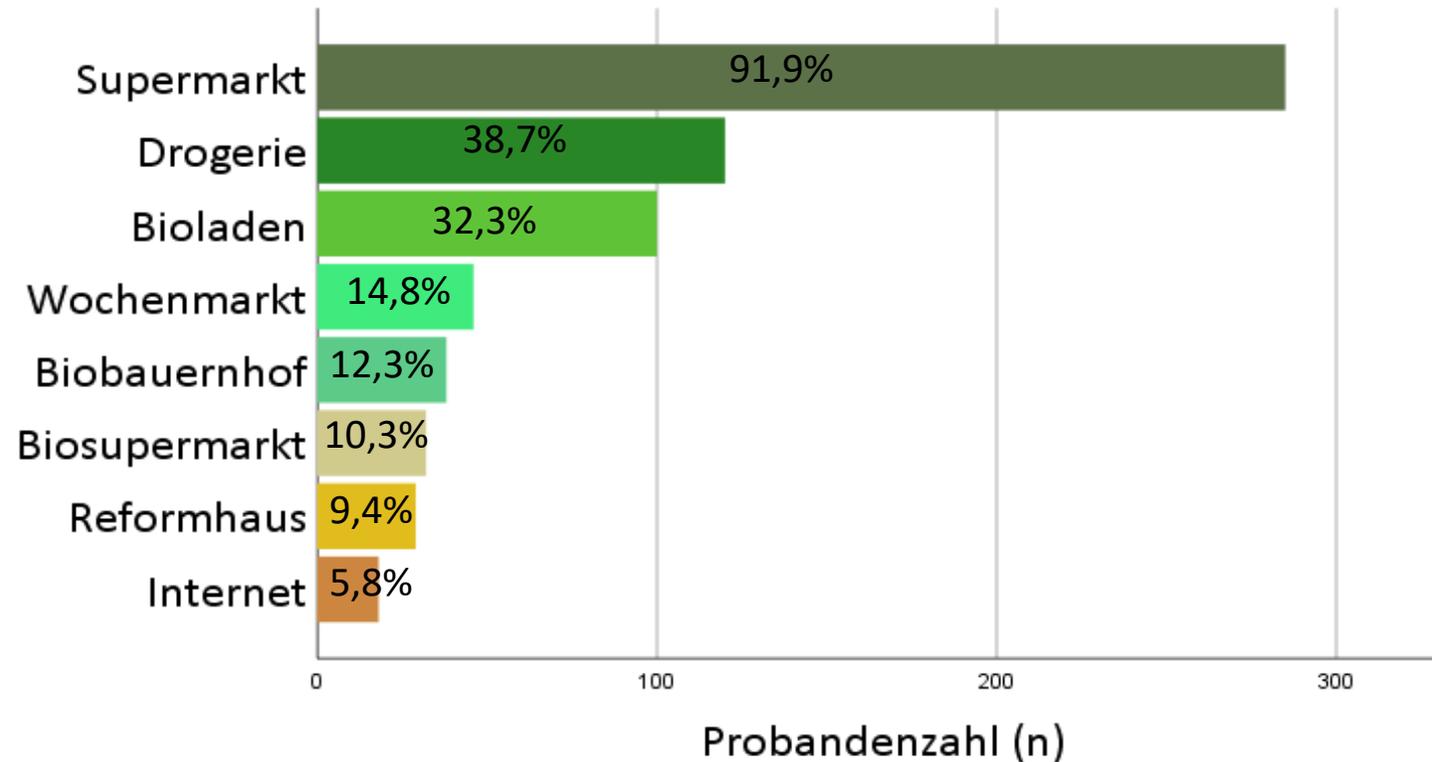


RESULTATE

- Inkludiert wurden 17,5% (n=350) der Studierenden der Hochschule Neubrandenburg
- 89% (n=310) kauften zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel ein
- 61% (n=212) kauften mindestens einmal die Woche Bio-Lebensmittel ein

Wo kaufen Sie Ihre biologischen Lebensmittel ein?

(n = 310, Mehrfachantworten möglich)

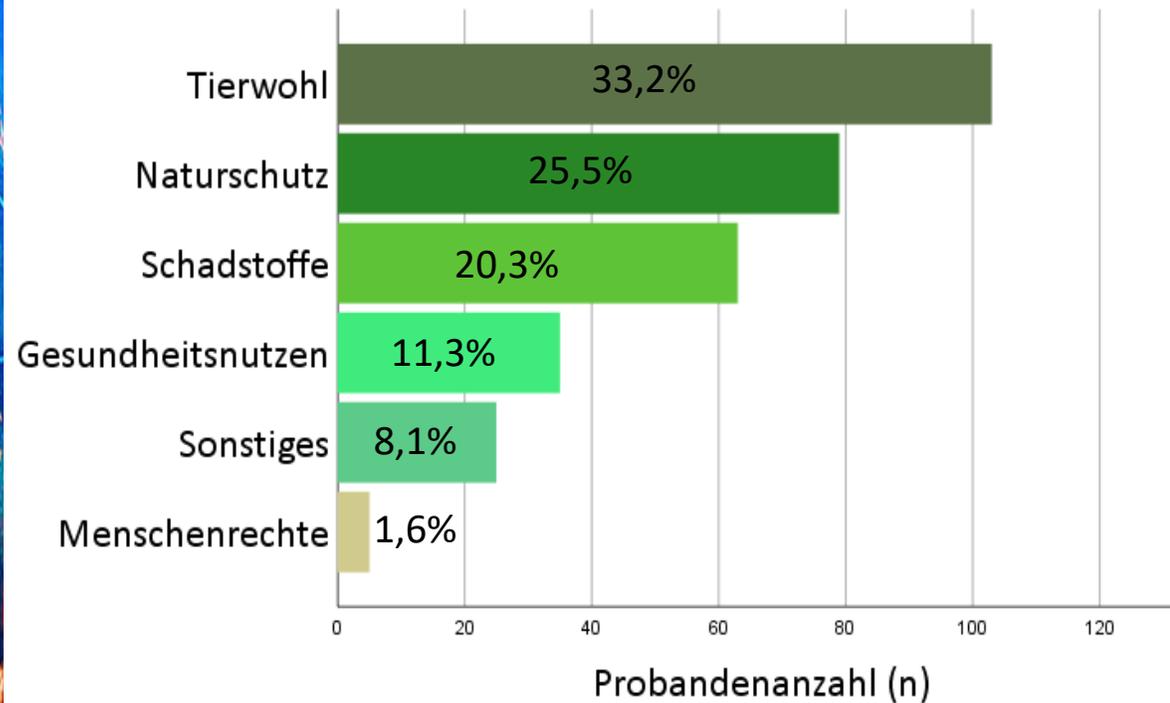


RESULTATE



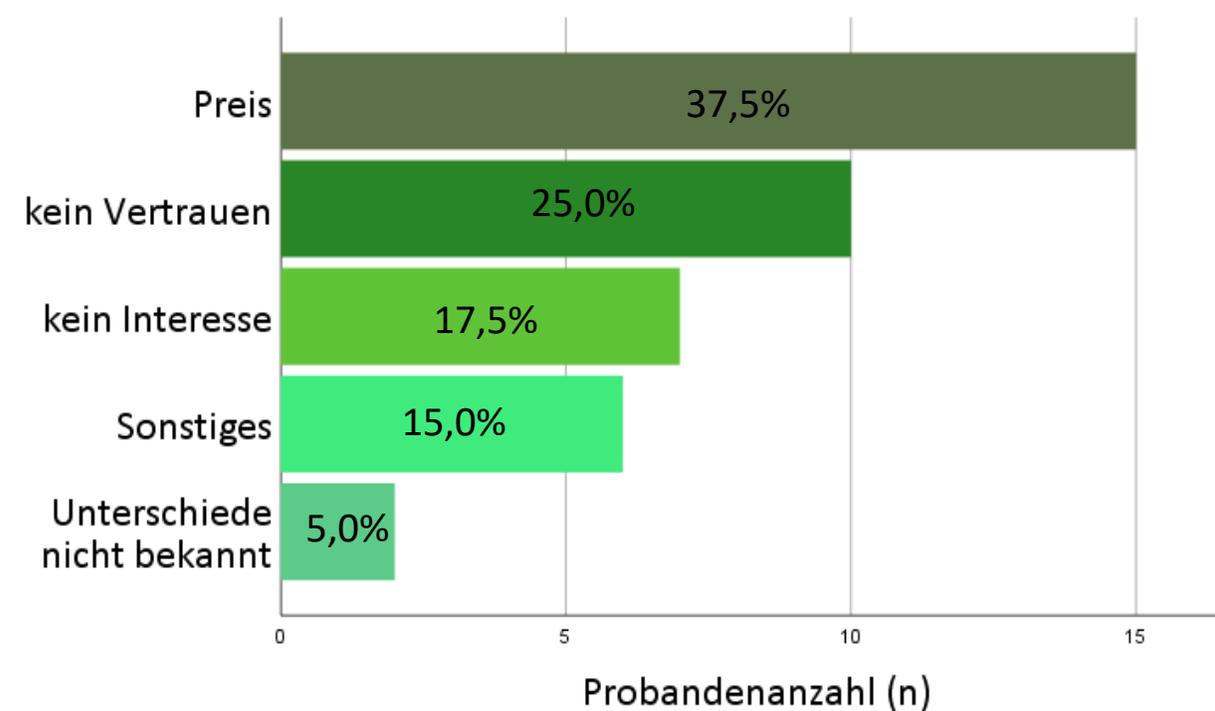
Was ist Ihr Hauptbeweggrund biologische Lebensmittel einzukaufen?

(n = 310, Einfachantwort möglich)



Was ist Ihr Hauptbeweggrund biologische Lebensmittel nicht zu kaufen?

(n = 40, Einfachantwort möglich)



RESULTATE



- 61% (n=213) konnten die Frage, ab wann ein Lebensmittel als "biologisch" oder "ökologisch" bezeichnet werden kann, richtig beantworten.
- Nur 22% (n=78) wussten, dass in einem Bio-Lebensmittel-Produkt 95% der Zutaten aus ökologischem Anbau stammen müssen.
- 73% (n=254) erkannten das EU-Bio-Siegel als das verpflichtendes Bio-Siegel in Deutschland.
- 68% (n=238) beantworteten die Frage, worin der Unterschied zwischen dem EU-Bio-Siegel und den anderen Bio-Siegel besteht, richtig.
- Dabei war das Wissen von Bio-Lebensmittel-kaufenden und Nicht-Bio-Lebensmittel-kaufenden Studierenden vergleichbar (alle $p \geq 0,400$).

Tabelle 1: Häufigkeit des Wissens der Prozentzahl der Bio-Zutaten in Bio-Lebensmitteln (n=350)

Prozent Bio-Zutaten in Bio-Lebensmitteln	Häufigkeit (n)	Prozent (%)
70% (<i>falsch</i>)	34	9,7
75% (<i>falsch</i>)	46	13,1
80% (<i>falsch</i>)	47	13,4
85% (<i>falsch</i>)	27	7,7
90% (<i>falsch</i>)	45	12,9
95% (<i>richtig</i>)	78	22,3
100% (<i>falsch</i>)	73	20,9
Gesamt	350	100



SCHLUSSFOLGERUNG

- fast alle befragten Studierende kauften biologische Lebensmittel
- das Wissen über biologische Lebensmittel ist jedoch noch limitiert
- die Themen „biologische Lebensmittel“ und „Bio-Siegel“ sollten eine höhere Präsenz in unseren Alltag erhalten

Contact: Julia Schwerinske: al20054@hs-nb.de