

Bio-Landwirtschaft in Österreich - Einstellungen, Erwartungen und Wissen Jugendlicher und junger Erwachsener

Steinwider, A.¹, Grünberger, R.², Schmidinger, J.², Stangl, S.¹, Walcher, L.¹, Fröhlich, M.², Krimberger, K.¹ & Starz, W.¹

Keywords: Jugendstudie, Öko, Erwartungen, Umfrage, Befragung, Bio

Abstract: Young Austrian people (aged 15-19 and 20-25) were interviewed about their attitudes towards organic farming and food production. 60 % intended to consume more organic products in future, in contrast, only 4% suggested to "decrease" and 2% to "significantly decrease" organic food consumption. 81% stated that the organic sector should be further developed in Austria. A sub segment of the considered target group, the "intensive-organic-consumer-group" was best informed about organic regulations, they had the highest expectations of the organic farming and they stated the highest willingness to pay higher prices for organic products.

Einleitung

Jugendliche und junge Erwachsene bestimmen wesentlich die zukünftige Entwicklung des Bio-Sektors mit. Im Rahmen einer Studie wurden in Österreich Jugendliche und junge Erwachsene (15-19 Jahre bzw. 20-25 Jahre) gezielt zur Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft befragt (Steinwider et al. 2018). Da es Diskrepanzen zwischen realem und bei Befragungen angegebenem Kaufverhalten gibt, wie zum Beispiel Niessen und Hamm (2006) nachwies, fokussierte diese Untersuchung vorwiegend auf die Messung der Einstellungen, der Wünsche und des Wissens der jungen Zielgruppe.

Material und Methode

Die Untersuchung stützt sich auf Ergebnisse einer Online-Jugend-Umfrage im Frühjahr 2017. Die Befragung wurde über soziale Netzwerke, Homepage-Ankündigungen (Schulen, Ministerien, Handelsketten), Medienberichte in Zeitungen sowie E-Mail-Verteiler (Personen an Schulen, Universitäten, Lehrlingsstellen, Bundesheer etc.) beworben. Der Fragebogen umfasste, zusätzlich zu den soziodemografischen Fragen, 20 Fragenblöcke. Insgesamt gingen im 74-tägigen Befragungszeitraum 2.993 vollständig ausgefüllte Fragebögen ein. Aus dem anonymisierten Datensatz wurde mit Hilfe von Zufallszahlen ein proportional geschichteter Stichprobendatensatz nach den Merkmalen „Geschlecht“, „Altersgruppe“, „Wohnort“ und „Beschäftigung“, entsprechend der Verteilung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Österreich, gebildet. Der Umfang (N=1.008) des geschichteten Datensatzes ergab sich aus der Zielsetzung, dass

¹ Bio-Institut der Höheren Bundeslehr- und Forschungsanstalt Raumberg-Gumpenstein, Raumberg 38, A-8952 Irdning-Donnersbachtal, Österreich, andreas.steinwider@raumberg-gumpenstein.at. www.raumberg-gumpenstein.at

² Höhere landwirtschaftliche Bundeslehranstalt St. Florian, Fernbach 37, A-4490 St. Florian, Österreich

auch in den kleinsten Untergruppen (z.B. „Bundesheer/Zivildienst/Soziales-Jahr“) zumindest 30 Fragebögen verbleiben sollten. Die Bildung der Bio-Käufersegmentgruppen (z.B. intensiv-Bio-Kunden/innen) erfolgte mit Hilfe von Punktevergaben zu den Fragebogenrückmeldungen hinsichtlich „Bio-Einkaufhäufigkeit“, „Bio-Wertschätzung“, „Achte auf Bio-Kennzeichnung“, „Suche aktiv nach Bio-Produkten“ und „Kenne die Bio-Vorschriften“ (vergl. Steinwider et al. 2018). Neben deskriptiven Auswertungen wurde zur Prüfung von Einflussgrößen der H-Test nach Kruskal-Wallis (SAS 9.4; SAS Institute 2002) angewandt.

Ergebnisse, Diskussion und Schlussfolgerungen

47 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen gaben an, dass sie eine sehr hohe und 26 % eine hohe Wertschätzung der Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft entgegenbringen. Eine überdurchschnittlich hohe Bio-Wertschätzung zeigte sich für jene Befragten, welche angaben sich gesund zu ernähren, wenig bzw. kein Fleisch zu essen, weniger gerne Fast-Food zu konsumieren sowie gerne zu kochen. Die „intensiv-Bio-Kunden/innen“ waren überdurchschnittlich gut über „Bio“ informiert, stellten die höchsten Anforderungen an die Bio-Lebensmittelwirtschaft, zeigten aber gleichzeitig auch die höchste Bio-Mehrpriis-Kaufbereitschaft. Einen besonders hohen Stellenwert für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen haben folgende Aspekte: 1) Auslauf ins Freie von Tieren, 2) keine Kinderarbeit bei Importwaren, 3) fairer Handel 4) strenge Kontrollen beim Bio-Lebensmittelimport, 5) regionale Herkunft der Lebensmittel, 6) Weidehaltung von Wiederkäuern, 7) Schonung von Boden, Wasser und Umwelt im Bio-Pflanzenbau. 60 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen gaben an zukünftig mehr Bio-Produkte konsumieren zu wollen. 81 % wünschte sich einen weiteren Ausbau der Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft in Österreich.

Literatur

Niessen J & Hamm U (2006) Verknüpfung von Daten des tatsächlichen Kaufverhaltens mit Befragungsergebnissen über das bekundete Kaufverhalten und Einstellungen von Verbrauchern. Tagungsbeitrag 46. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus in Gießen, 4. bis 6. Oktober 2006, 1-13.

Steinwider A, Fröhlich M, Grünberger R, Schmidinger J, Stangl S, Walcher L, Krimberger K & Starz W (2018) Bio-Jugendstudie „Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft in Österreich - Einstellungen, Wünsche, Erwartungen und Wissen Jugendlicher und junger Erwachsener“. Abschlussbericht, Bio-Institut der HBLFA Raumberg-Gumpenstein 2018, 1-56.