

Bio-Jugendstudie
 Fallsammlung zum Abschlussbericht

„Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft in Österreich -
 Einstellungen, Wünsche, Erwartungen und Wissen Jugendlicher
 und junger Erwachsener“

2018

Studienleitung:
 Priv.-Doz. Dr. Andreas Steinwider (Bio-Institut, HBLFA Raumberg-Gumpenstein)

StudienmitarbeiterInnen:
 Raphael Grünberger (HBLFA St. Florian), Julia Schindlinger (HBLFA St. Florian),
 Sabrina Stangl, Lisa Marie Walcher (HBLFA Raumberg-Gumpenstein),
 Dipl.-Ing. Michaela Förlisch (HBLFA St. Florian),
 Ing. Kurt Krüninger (HBLFA Raumberg-Gumpenstein) und DI Walter Starz (Bio-Institut, HBLFA Raumberg-Gumpenstein)

raumberg-gumpenstein.at

Bio-Jugendbefragung
 Altersgruppe von 15-25 Jahren in Österreich; Jugendliche 15-19 Jahre, junge Erwachsene 20-25 Jahre

Online-Bio-Jugendumfrage:

- 20 Fragenblöcke Bio-Kaufverhalten, Bio-Einstellungen, Bio-Erwartungen und -Wünsche und Bio-Wissen
 → vorwiegend geschlossene Fragen
- 6 soziodemografische Fragen
- Gewinnspiel
- Umfragezeitraum 15.02.2017-30.04.2017

Rücklauf und Datenverarbeitung:

- ✓ 2.993 Fragebögen insgesamt
- ✓ Ausfüllzeit 6-14 (Ø 10) Minuten
- ✓ zufällig geschichteter **proportionaler Datensatz mit 1.008 Fragebögen**
 → „Geschlecht“, „Altersgruppe“, „Wohnort“ und „Beschäftigung“
- ✓ **Kruskal-Wallis-Test (H-Test)** mit dem SAS Programmpaket 9.4 sowie **deskriptive Auswertungen** (Häufigkeitsverteilungen, Kreuztabellen etc. mit Excel 2010)
 → p-Werte, Mittelwerte, Gruppenmittelwerte und Standardabweichungen
 → als signifikante Einflussgrößen werden Faktoren mit einem p-Wert <0,05 angesprochen

Datenumfang und Qualität sehr gut

A. Steinwider et al. 2017 | Bio-Jugendumfrage | Ergebnis-Folien

Bedeutung der Lebensmittelherkunft sowie Ernährungsverhalten

Aussage	trifft voll zu	trifft zu	trifft weniger zu	trifft nicht zu
Ich will wissen wie Lebensmittel produziert werden	54	37	8	2
Ich will wissen welche/r Bäuerin/Bauer das Lebensmittel produziert hat	34	38	23	6

91 %
72 %

Anteil, %

Fragestellung: Wie sehr treffen für dich folgende Aussagen zu?
 Abstufung: trifft voll zu (4); trifft zu (3); trifft weniger zu (2); trifft nicht zu (1)

Lebensmittelherkunft und gesunde Ernährung - wichtig

A. Steinwider et al. 2017 | Bio-Jugendumfrage | Ergebnis-Folien

Bedeutung der Lebensmittelherkunft sowie Ernährungsverhalten

Aussage	trifft voll zu	trifft zu	trifft weniger zu	trifft nicht zu
Ich will wissen wie Lebensmittel produziert werden	54	37	8	2
Ich ernähre mich gesund	27	57	14	3
Ich will wissen welche/r Bäuerin/Bauer das Lebensmittel produziert hat	34	38	23	6
Ich esse jeden Tag Fleisch	28	27	28	17

84 %
55 %

Anteil, %

Fragestellung: Wie sehr treffen für dich folgende Aussagen zu?
 Abstufung: trifft voll zu (4); trifft zu (3); trifft weniger zu (2); trifft nicht zu (1)

Lebensmittelherkunft und gesunde Ernährung - wichtig

A. Steinwider et al. 2017 | Bio-Jugendumfrage | Ergebnis-Folien

Ernährungs- und Kochverhalten

	Anzahl, N	Anteil, %	Mittelwert
Ich ernähre mich vegetarisch	83	8	1,09
Ich ernähre mich vegan	28	3	1,03

Fragestellung: Wie sehr treffen für dich folgende Aussagen zu?
 Abstufung: ja (2); nein (1)

Vegetarischer und veganer Ernährungsstil – mit 8 bzw. 3 % über Bevölkerungsschnitt

A. Steinwider et al. 2017 | Bio-Jugendumfrage | Ergebnis-Folien

Ernährungs- und Kochverhalten

	Anzahl, N	Anteil, %	Mittelwert
Ich ernähre mich vegetarisch	83	8	1,09
Ich ernähre mich vegan	28	3	1,03
Ich esse gerne Fast-Food	375	37	1,37
Ich koche gerne	781	78	1,77

Fragestellung: Wie sehr treffen für dich folgende Aussagen zu?
 Abstufung: ja (2); nein (1)

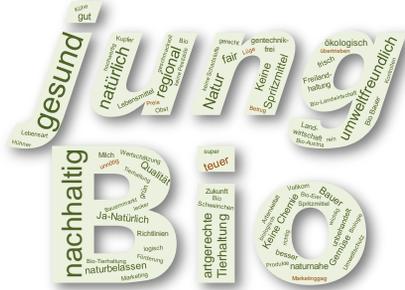
Vegetarischer und veganer Ernährungsstil – mit 8 bzw. 3 % über Bevölkerungsschnitt

78 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen kocht gerne
 (Hinweis: keine Aussage über regelmäßiges Kochen)

A. Steinwider et al. 2017 | Bio-Jugendumfrage | Ergebnis-Folien

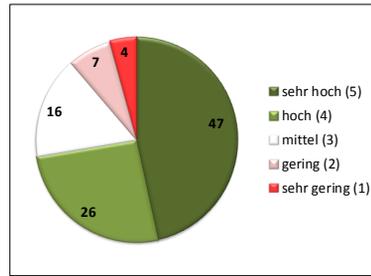
Schlagwortennungen der Befragungsteilnehmer/innen

(Schrittgröße bildet Anworthäufigkeit ab)



Positive Bio-Assoziationen dominieren!
 Nur 4 % der angeführten Schlagworte drücken eine eher negative Bio-Einstellung aus

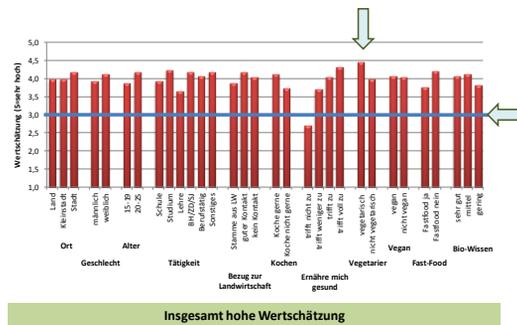
Bio-Wertschätzung (% der Antworten)



Fragestellung: Wie schätzt du persönlich zu Bio?
 Abstufung: Note von 1-5; 5=sehr hohe Wertschätzung ... 1=sehr geringe Wertschätzung

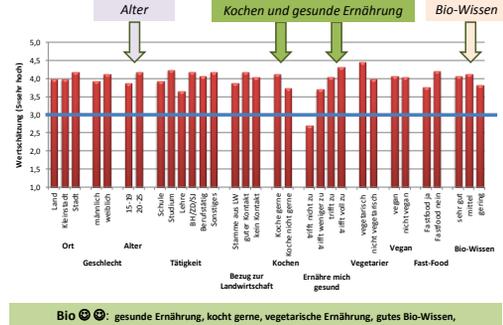
73 % sehr hohe + hohe Bio-Wertschätzung

Bio-Wertschätzung (Mittelwertvergleich - signifikante Effektgruppen dargestellt)



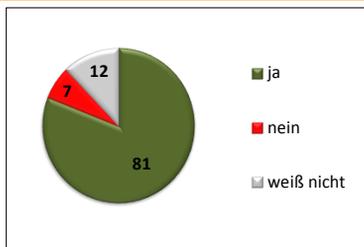
Insgesamt hohe Wertschätzung

Bio-Wertschätzung (Mittelwertvergleich - signifikante Effektgruppen dargestellt)



Bio ☺: gesunde Ernährung, kocht gerne, vegetarische Ernährung, gutes Bio-Wissen, Stadt, weiblich, 20-25 Jahre, Studium,

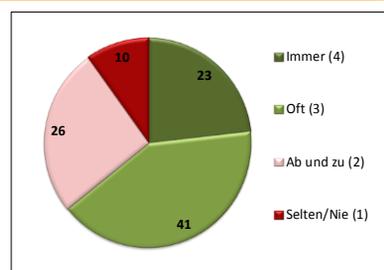
Bio-Produktion in Österreich ausweiten? (% der Antworten)



Fragestellung: Soll die Bio-Produktion in Österreich ausgeweitet werden?
 Abstufung: ja, nein, weiß nicht

81 % wollen, dass Bio in Österreich weiter ausgeweitet wird

Bio-Einkaufshäufigkeit (% der Antworten)

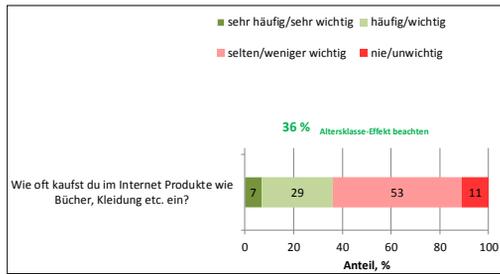


Fragestellung: Wie oft kaufst du oder kaufst deine Eltern Bio-Lebensmittel?
 Abstufung: Note von 1-4; Immer (4) Bei jedem Einkauf sind viele Bio-Produkte enthalten; Oft (3) Bei jedem Einkauf ist mindestens ein Bio-Produkt enthalten; Ab und zu (2) Bei jedem 2.-3. Einkauf ist ein Bio-Produkt enthalten; Selten/Nie (1) Es sind selten oder nie Bio-Produkte dabei

64 % gaben an, dass bei jedem Einkauf zumindest 1 Bio-Produkte dabei ist

Interneteinkaufsverhalten und Bio-Lebensmittelangebot im Internet

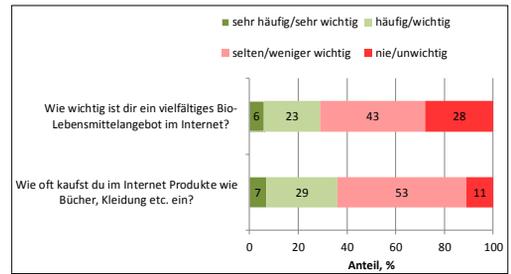
(% der Antworten)



Antwortmöglichkeit: sehr häufig/sehr wichtig (4) ... nie/unwichtig (1)

Interneteinkaufsverhalten und Bio-Lebensmittelangebot im Internet

(% der Antworten)

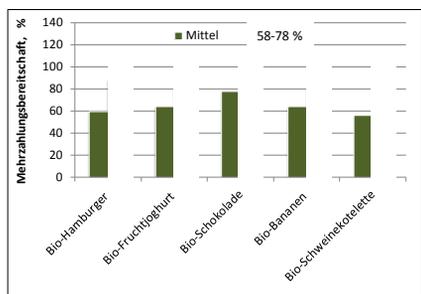


Antwortmöglichkeit: sehr häufig/sehr wichtig (4) ... nie/unwichtig (1)

Im Mittel Internet beim Bio-Lebensmitteleinkauf noch nicht so wichtig (31%) ... aber bei Bio-Intensivkunden schon

Akzeptabler Preisaufschlag beim Kauf von Bio-Lebensmitteln

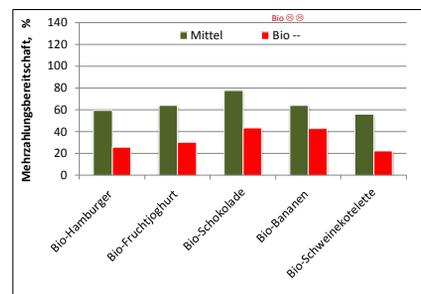
(Mittelwert bzw. Bio-Käufersegmentgruppe Bio- und Bio++, Preisaufschlag in % auf konventionelles Produkt)



Fragestellung: Du stehst vor einem Verkaufsgang und kannst zwischen einem Bio-Produkt und einem konventionellen Produkt wählen. Wieweit darf das Bio-Produkt kosten, damit du es kaufst?
Beispiel: Konventioneller Hamburger (1,80 €) - Bio-Hamburger - xx,xx Euro

Akzeptabler Preisaufschlag beim Kauf von Bio-Lebensmitteln

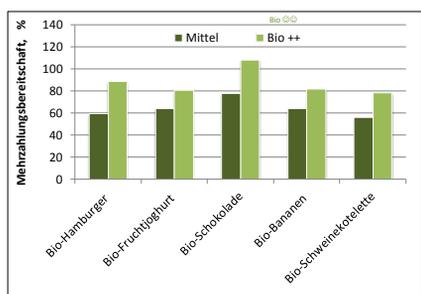
(Mittelwert bzw. Bio-Käufersegmentgruppe Bio- und Bio++, Preisaufschlag in % auf konventionelles Produkt)



Fragestellung: Du stehst vor einem Verkaufsgang und kannst zwischen einem Bio-Produkt und einem konventionellen Produkt wählen. Wieweit darf das Bio-Produkt kosten, damit du es kaufst?
Beispiel: Konventioneller Hamburger (1,80 €) - Bio-Hamburger - xx,xx Euro

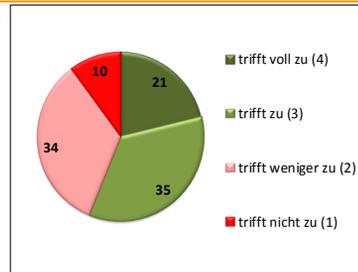
Akzeptabler Preisaufschlag beim Kauf von Bio-Lebensmitteln

(Mittelwert bzw. Bio-Käufersegmentgruppe Bio- und Bio++, Preisaufschlag in % auf konventionelles Produkt)



Fragestellung: Du stehst vor einem Verkaufsgang und kannst zwischen einem Bio-Produkt und einem konventionellen Produkt wählen. Wieweit darf das Bio-Produkt kosten, damit du es kaufst?
Beispiel: Konventioneller Hamburger (1,80 €) - Bio-Hamburger - xx,xx Euro

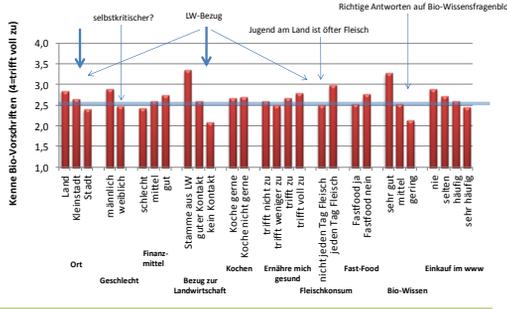
Kenntnisse über Bio-Vorschriften (% der Antworten)



Fragestellung: Ich bin darüber informiert welche Vorschriften die Bio-Landwirtschaft einhalten muss?
Abstufung: trifft voll zu (4) ... trifft nicht zu (1)

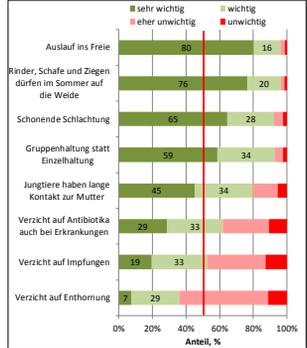
56% kennen Bio-Vorschriften
44% kennen Bio-Vorschriften schlecht / sehr schlecht → Handlungsbedarf

Kenntnisse über Bio-Vorschriften (Mittelwertvergleich – nur signifikante Gruppeneffekte dargestellt)



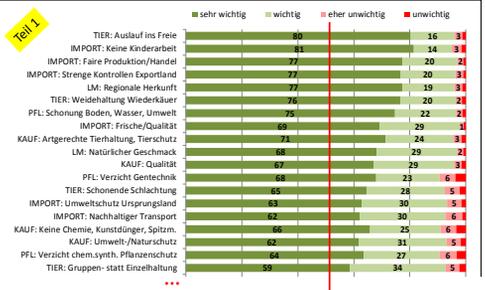
Schlechte Bio-Kenntnisse angegeben: wenig LW-Bezug, Stadt, weiblich, schlechte Finanzsituation, gesunde Ernährung weniger wichtig, Bio-Wissen gering, hohe Internet-Einkaufaktivität

Wichtige Aspekte hinsichtlich Bio-Tierhaltung (% der Antworten)



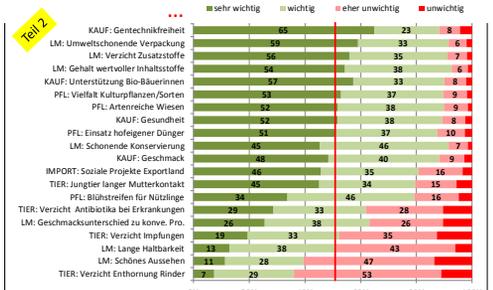
Fragestellung: Wie wichtig sind dir folgende Aspekte in der Bio-Tierhaltung?
Abstufung: Noten von sehr wichtig (4) ... unwichtig (1)

Erwartungen und Wünsche der Jugendlichen und jungen Erwachsenen an die Bio-Landwirtschaft und Lebensmittelversorgung (Gesamtübersicht)



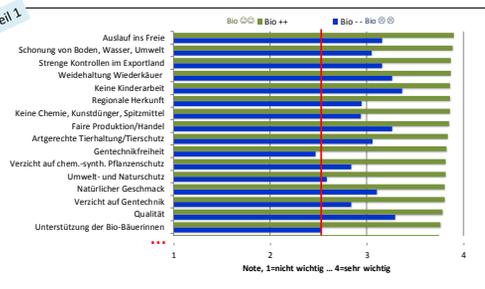
Fragestellung: Wie wichtig sind dir folgende Aspekte ...?
Abstufung: Noten von sehr wichtig (4) ... unwichtig (1)

Erwartungen und Wünsche der Jugendlichen und jungen Erwachsenen an die Bio-Landwirtschaft und Lebensmittelversorgung (Gesamtübersicht)



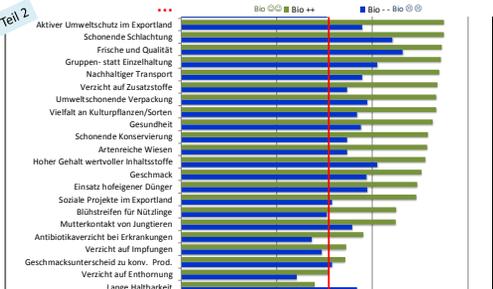
Fragestellung: Wie wichtig sind dir folgende Aspekte ...?
Abstufung: Noten von sehr wichtig (4) ... unwichtig (1)

Erwartungen und Wünsche der Jugendlichen und jungen Erwachsenen an die Bio-Landwirtschaft und Lebensmittelversorgung nach Bio-Käufersegmenten



Fragestellung: Wie wichtig sind dir folgende Aspekte ...?
Abstufung: Noten von sehr wichtig (4) ... unwichtig (1)
Bio-Käufersegmentgruppen: Bio+++ = Intensiv-Bio-Kunde, Bio++ = Aktiv-Bio-Kunde

Erwartungen und Wünsche der Jugendlichen und jungen Erwachsenen an die Bio-Landwirtschaft und Lebensmittelversorgung nach Bio-Käufersegmenten



Fragestellung: Wie wichtig sind dir folgende Aspekte ...?
Abstufung: Noten von sehr wichtig (4) ... unwichtig (1)

Schlussfolgerungen & Zusammenfassung

- ✓ jungen Österreichern/innen stehen „Bio“ wertschätzend gegenüber
- ✓ überdurchschnittlich hohe Bio-Wertschätzung: welche angaben sich gesund zu ernähren, wenig bzw. kein Fleisch zu essen, weniger gerne Fast-Food zu konsumieren, gerne kochen
- ✓ „intensiv-Bio-Kunden/innen“ sind überdurchschnittlich gut über „Bio“ informiert, stellen die höchsten Anforderungen an die Bio-Lebensmittelwirtschaft, zeigen gleichzeitig auch die höchste Bio-Mehrpreis-Kaufbereitschaft

Bio Institut A. Steinwider et al. 2017 | Bio-Jugendumfrage | Ergebnis-Folien

Schlussfolgerungen & Zusammenfassung 2.)

- ✓ Einen besonders hohen Stellenwert für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen haben folgende Bio-Aspekte: **1) Auslauf ins Freie** **2) keine Kinderarbeit bei Importwaren**, **3) fairer Handel/Produktion**, **4) strenge Kontrollen beim Bio-Lebensmittelimport**, **5) regionale Herkunft**, **6) Weidehaltung von Wiederkäuern**, **7) die Schonung von Boden, Wasser und Umwelt** **8) Frische und Qualität der Produkte beim Import**, **9) artgerechte Tierhaltung und Tierschutz** sowie **10) natürlicher Geschmack der Lebensmittel**
- ✓ Treten die zukünftigen Bio-Kaufeinschätzungen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ein, dann dürfte der Bio-Markt weiter wachsen. 60 % der Jungen gehen davon aus zukünftig mehr Bio-Produkte zu konsumieren.
- ✓ 81 % der Jungen gaben an, dass die Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft in Österreich weiter ausgebaut werden sollte

Bio Institut A. Steinwider et al. 2017 | Bio-Jugendumfrage | Ergebnis-Folien

Jugendliche und neue Käuferschichten ansprechen 1.)

- Bezug zum wertvollen Lebensmittel schaffen → Bildung, moderne Kommunikation ...
- Genuss und Gemeinschaft erfahren lernen → Verkostungen, Kochen, Bio-Events etc.
- Bezug/Kontakt zu unserer Landwirtschaft erhöhen
 - ✓ Tourismus-Landwirtschaft; Medienberichte; Bildung; moderne Technologien...
 - ✓ Neue Kooperationen Landwirtschaft & Konsument (Foodfunding...)
- Erreicht bzw. betreut der LEH bzw. wir die Jungen ausreichend?!
 - ✓ Produkte/Marktauftritt/Infos...
 - ✓ Verknüpfung moderner Marken mit Bio...
 - ✓ Prominente welche für Modernität, jungen Lebensstil, Genuss stehen...
 - ✓ Lebensumwelt/Lebensstil (Genuss, Modernität, Hightech) mehr ansprechen
 - ✓ trendige Produkte, Convenience-Bio-Gerichte, „Bio-Jugend-Kult-Produkte“...

Gesundheit – Ökologie – Gerechtigkeit – Achtsamkeit
Bio-Prinzipien und Ganzheitlichkeit als strenge Basis!

Bio Institut A. Steinwider et al. 2017 | Bio-Jugendumfrage | Ergebnis-Folien

Jugendliche und neue Käuferschichten ansprechen 2.)

- Bio-Vertrauen weiter erhöhen und Bio-Informationen forcieren
 - ✓ Nähe erzeugt Vertrauen
 - ✓ Gütesiegel → Richtlinien → Kontrolle → Nachverfolgbarkeit
 - ✓ Bildung zur (Bio-)Landwirtschaft; Werbung mit mehr Informationsgehalt ...
 - ✓ Bekenntnis zur Deklarationspflicht
- Bio auch im mittleren Bio-Preissegment weiterentwickeln
- Verfügbarkeit der Bio-Produkte weiter erhöhen
 - ✓ Gastronomie, Stadt-Land Gefälle ...
- Umdenken fördern
 - ✓ „Weniger – aber mit Qualität – ist mehr ... macht Sinn... ist in ... und auch leistbar“!

Gesundheit – Ökologie – Gerechtigkeit – Achtsamkeit
Bio-Prinzipien und Ganzheitlichkeit als strenge Basis

Bio Institut A. Steinwider et al. 2017 | Bio-Jugendumfrage | Ergebnis-Folien



Bio-Jugendstudie

Weiterführende Infos
www.raumberg-gumpenstein.at/bio-news
 Kurzbericht
 Abschlussbericht
 Fallensammlung
 Gewinner-Gewinnspiel

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Bio Institut BUNDESMINISTERIUM FÜR NACHHALTIGKEIT UND VERBRAUCHERBEWAUUNG BUNDESMINISTERIUM FÜR NACHHALTIGKEIT UND VERBRAUCHERBEWAUUNG