

# Regionale Ernährung im Selbstversuch – Motive, Barrieren und Erfahrungen aus Salzburg und der Steiermark

L. M. Kirchdorfer und M. Penker<sup>1</sup>

**Abstract** – Untersucht wurde ein Alltagsexperiment von sieben Salzburger und vier steirischen Familien, die sich über sechs Monate hinweg ausschließlich von Produkten des eigenen Bundeslandes ernährt haben. 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 haben die Experiment-TeilnehmerInnen und Kontrollgruppen in teilstrukturierten Interviews auf Karten gedruckte Motive und Barrieren entlang einer 10-stufigen Likert-Skala sortiert. Die Ergebnisse bestätigen nicht nur Erkenntnisse aus der Literatur, sondern ergänzen diese um weitere Motive und Barrieren der regionalen Ernährung. Mit einer Hauptkomponentenanalyse konnten drei regionale Konsumenten-Typen definiert werden. 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.

## EINLEITUNG

Mehrere Studien gehen der Frage nach, warum und von wem regionale Produkte gekauft werden (u.a. Zepeda et al., 2004; Roininen et al., 2005; Holdsworth et al., 2009; Spiller, 2012). Die Literaturanalyse zeigt aber keine Hinweise darauf, dass bereits praktische Erfahrungen von langfristigen Selbstversuchen mit einer ausschließlich regionalen Ernährung erhoben wurden. Wir wollen einen Beitrag zur Schließung dieser Forschungslücke leisten und konkret folgende Forschungsfragen beantworten: (1) Welche Motive und Barrieren erleben KonsumentInnen aus Salzburg und der Steiermark im Zuge ihrer Selbstversuche, sich ausschließlich von regionalen Lebensmitteln zu ernähren? (2) Zeigen sich bei den Experiment-TeilnehmerInnen langfristige Lerneffekte bezüglich einer regionalen Lebensmittelversorgung? Die Alltagsexperimente wurden zuerst in der Steiermark durch die *Kleine Zeitung* initiiert und dann in Folge durch die Landwirtschaftskammer Salzburg

und das *Salzburger Agrarmarketing* aufgegriffen. Die teilnehmenden Familien konnten sich auf einen Aufruf in der *Kleinen Zeitung* und den *Bezirksblättern Salzburg* bewerben und wurden so ausgewählt, dass verschiedene Regionen der Bundesländer abgedeckt waren.

## UNTERSUCHUNGSDESIGN UND METHODIK

Der Forschungsablauf setzt sich aus zwei Teilen zusammen: Dokumentenanalyse der Erfahrungsberichte der Experiment-Familien und darauf aufbauende qualitative Interviews gestützt durch die Sortierung vordefinierter Motiv- und Barrieren-Statements. Den Erfahrungen der Experiment-Familien wurden Erhebungen einer Kontrollgruppe gegenübergestellt, die nicht am Experiment teilgenommen hat. Die Kontroll-Familien, aus derselben Gemeinde mit vergleichbaren soziodemographischen Merkmalen wurden auf Vorschlag der Experiment-TeilnehmerInnen ausgewählt. Im Zuge der Dokumentenanalyse wurden die Zeitungsartikel und Blog-Beiträge der Experiment-Familien im Programm MaxQDA analysiert (Steiermark: 143 Dokumente, Salzburg: 116 Dokumente). Die deduktiven Untersuchungskategorien aus der Literatur wurden so mit induktiven Kategorien ergänzt. Aus der Literatur- und Dokumentenanalyse wurden sodann Interviewleitfäden für die Experiment- und Kontroll-Familien sowie Motiv- und Barrieren-Statements vorbereitet. Diese sortierten die InterviewpartnerInnen im Zuge der Interviews von 8. – 27. Mai 2014 entlang einer 10-stufigen Likert-Skala von -5 (trifft gar nicht zu) bis +5 (trifft völlig zu). Diese semi-quantitativen Ergebnisse wurden mit einer Hauptkomponentenanalyse mit Varimax Rotation analysiert.

## ERGEBNISSE

Motive und Barrieren aus der Literatur konnten 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 bestätigt werden, wie bspw.:

- *hoher Preis,*
- *hoher Zeitaufwand,*
- *schlechtes Produktangebot* oder

<sup>1</sup> Lisa Kirchdorfer arbeitete als Studienassistentin am Institut für Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung der BOKU, Wien (lisa\_kirchdorfer@gmx.at).

Marianne Penker ist a.o. Univ. Professorin am selben Institut (marianne.penker@boku.ac.at).

- *mangelnde Kennzeichnung regionaler Produkte.* Durch die Dokumentenanalyse konnten auch einige neue Motive erhoben werden, wie bspw.:

- *Umgang mit regionalen Lebensmitteln besser bekannt,*
- *bessere Produktions- und Arbeitsbedingungen,*
- *besseres Erscheinungsbild regionaler Produkte,*
- *Spaß an der Verarbeitung regionaler Produkte,*
- *Verbraucherfreundlichkeit regionaler Angebote.*

Außerdem konnten neue Barrieren ermittelt werden:

- *Verzicht auf bestimmte Produkte,*
- *nicht umweltschonend – aufgrund langer Einkaufswege,*
- *Vorbereitungen auf den Winter notwendig,*
- *schlechte Verfügbarkeit von regionalen Produkten im Supermarkt,*
- *Täuschung: Falsche Produktinformationen,*
- *notwendiges Wissen über Verarbeitung und Zubereitung unverarbeiteter regionaler Lebensmittel.*

Auf Südfrüchte, Dosen-Bohnen, Tiramisu, Vitaminpräparate, Ketchup und Meeresfisch wurde meist verzichtet. Reis wurde durch Dinkelreis oder Hirse ersetzt. Suppenwürze, Eis, Obst- und Gemüsekonserven wurden teilweise selbst hergestellt. Manche ProbandInnen ersetzten Zucker durch Honig, Pfeffer durch Brennesselsamen oder Parmesan durch steirischen Asmonte-Hartkäse.

Die Selbstexperimente zeigten, 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 je nach Ausgangslage 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.

Die Ergebnisse 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 Hofläden variieren nicht nur sehr stark zwischen den Regionen, sondern auch von einem Dorf zum nächsten.

Des Weiteren konnten mittels einer Hauptkomponentenanalyse der sortierten Motive und Barrieren drei Konsumenten-Typen charakterisiert werden: die *patriotischen RegionaleinkäuferInnen* (Typ1), die *Supermarkt-EinkäuferInnen* (Typ 2) und die *realistischen RegionaleinkäuferInnen* (Typ 3).

Die *patriotischen RegionaleinkäuferInnen* sind von der Alltagsauglichkeit regionaler Ernährung überzeugt. Ihnen ist gutes Essen für die Familie und die Unterstützung der heimischen Landwirtschaft wichtig.

Im Gegensatz zu Typ 1 bedeutet eine regionale Ernährung für Supermarkt-EinkäuferInnen (Typ 2) eine sehr große Herausforderung. Regionale Lebensmittel sind ihrer Meinung nach teuer und nur in

der Saison erhältlich. Da sie das Einkaufen und den Umgang mit regionalen Lebensmitteln weder mit einem Erlebnis, noch mit Erinnerungen assoziieren und sie anders als Typ 1 und 3 auch die Beziehung mit BäuerInnen nicht schätzen, beschäftigen sie sich nicht näher mit alternativen regionalen Verkaufsstätten. Deshalb müssen sie auf viele Produkte verzichten.

Für *realistische Regionaleinkäufer* (Typ 3) bedeutet regionale Ernährung viel Organisation, viel Zeitaufwand, viel notwendiges Wissen und vor allem Vorratshaltung, was besonders in der Wohnung schwierig ist. Im Gegensatz zu den beiden anderen Typen sind regionale Produkte für diese Gruppe nicht unbedingt umweltfreundlich. Sie nehmen längere Einkaufswege zu unterschiedlichen Regionalversorgern in Kauf. An den regionalen Verkaufsstätten schätzen sie vor allem die Interaktion mit den BäuerInnen, obwohl sie die limitierten Öffnungszeiten beklagen.

#### DISKUSSION

Bei den Ergebnissen handelt es sich, unseres Wissens nach, um erstmalig erhobene Erfahrungen von Selbstversuchen mit ausschließlich regionaler Ernährung. Die Motive und Barrieren unterscheiden sich daher teilweise von bisherigen Befragungen von KonsumentInnen, die neben anderen Produkten auch (oder nicht) bevorzugt auf regionale Produkte zurückgreifen (u.a. Zepeda et al., 2004; Roininen et al., 2005; Holdsworth et al., 2009; Spiller, 2012).

Auch die identifizierten Typen sind nur bedingt mit solchen von KonsumentInnen-Befragungen in Supermärkten vergleichbar (z.B. Aprile et al. 2016: *ethnocentric consumers, environmentalists, strict localists, quality labeling orientated*).

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.

#### LITERATUR

Aprile, M.C., Caputo, V. and Nayga, R.M. (2016). Consumers' Preferences and Attitudes Toward Local Food Products. *Journal of Food Products Marketing*, 22 (1):19-42.

Holdsworth, M., Brown, E. and Dury, S. (2009). Motivations of consumers that use local, organic fruit and vegetable box schemes in Central England and Southern France. *Appetite* 53:183-188.

Roininen, K., Arvola, A. and Lähteenmäki, L. (2005). Exploring consumers' perceptions of local food with two different qualitative techniques: Laddering and word association. *Food Quality and Preference* 17:20-30.

Spiller, K. (2012). It tastes better because . . . consumer understandings of UK farmers' market food. *Appetite* 59:100-107.

Zepeda, L. and Leviten-Reid, C. (2004). Consumers' Views on Local Food. *Journal of Food Distribution Research* 35 (3):1-6.