

# Nachhaltigkeitsorientierung männlicher Biokäufer und Nicht-Biokäufer: Eine ernährungsbasierte Typologisierung

Anette Cordts, Birgit Schulze und Achim Spiller<sup>1</sup>

**Abstract** – Ökologische Lebensmittel gelten als wichtiger Bestandteil eines nachhaltigen Lebensstils. Gleichzeitig ist erkennbar, dass bioaffine Verbrauchergruppen oftmals eine insgesamt nachhaltigere Lebensmittelauswahl treffen sowie eine nachhaltigkeitsorientierte Grundhaltung aufweisen. Allerdings konzentrieren sich die bisherigen Studien schwerpunktmäßig auf Frauen, so dass unklar ist, ob sich auch männliche Biokäufer durch einen nachhaltigeren Lebensstil auszeichnen. Die vorliegende Arbeit geht dieser Frage nach, indem anhand der Daten der Deutschen Nationalen Verzehrsstudie II (NVS II) ernährungsbasierte Verbrauchertypologien für die beiden Gruppen der männlichen Biokäufer und Nicht-Biokäufer entwickelt werden. Die mit Hilfe von Clusteranalysen identifizierten Ernährungstypen lassen einen klaren Zusammenhang zwischen einer fleischarmen Ernährung, dem Biokonsum und einer nachhaltigkeitsaffinen Grundhaltung erkennen. Die vorliegende Typologisierung bietet vielversprechende Ansatzpunkte für das Marketing in der Biobranche.

## PROBLEMSTELLUNG

Die Betonung von Nachhaltigkeits- und Gesundheitsargumenten gehört im Lebensmittelmarketing zu den zentralen Trends der letzten Jahre (Prasad et al., 2008; Spiller et al., 2007). Einen besonderen Stellenwert hat dabei die Vermarktung von Bioprodukten, die als wesentlicher Bestandteil einer nachhaltigen Ernährung gelten – im Sinne der Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer, sozialer und gesundheitlicher Kriterien (Koerber et al., 2006).

Zahlreiche Studien belegen, dass der Kauf von Biolebensmitteln auch mit einer gesundheitlich und ökologisch nachhaltigen Auswahl von Lebensmitteln insgesamt einhergeht. So zeichnen sich bioaffine Verbrauchergruppen durch einen geringeren Fleischkonsum und/oder einen höheren Obst- und Gemüsekonsum aus (im Überblick: Cordts, 2009). Damit ist oftmals eine insgesamt verstärkte ethische Grundhaltung verbunden, die sich bspw. im Kauf von Fair-Trade-Produkten oder einem hohen Umweltbewusstsein widerspiegelt (ebenda).

In den vorliegenden Studien wurde nicht zwischen den Geschlechtern differenziert, wobei die

bioaffinen Segmente in fast allen Analysen einen deutlich überproportionalen Frauenanteil aufweisen. Da ernährungswissenschaftliche Studien zudem bei Frauen eine gesündere Ernährung konstatieren (Smed 2008: 32ff), stellt sich die Frage, ob die beschriebenen Charakteristika auch für männliche Biokonsumenten zutreffen.

## METHODIK

Im Rahmen der NVS II wurden knapp 20.000 Personen aus Deutschland zwischen 2005 und 2006 zu ihren Ernährungsgewohnheiten, Einstellungen, soziodemographischen Merkmalen und Verhaltensweisen standardisiert befragt. Der Lebensmittelverzehr wurde in sog. Diet-History-Interviews detailliert erhoben. Für die folgende Arbeit konnten Daten von 5.957 Männern, darunter 2.297 Biokäufer (BK) und 3.660 Nicht-Biokäufer (NBK), verwendet werden.

Um einen ersten Überblick über ernährungs- und nachhaltigkeitsbezogene Unterschiede zwischen BK und NBK zu erhalten, wurden Mittelwertvergleiche (T-Tests) durchgeführt. Die Ernährungstypologien wurden anschließend mit Hilfe von Clusterzentrenanalysen jeweils separat für die Gruppe der BK und der NBK entwickelt. Als clusterbildende Variablen wurden der Verzehr von Fleisch, Obst und Gemüse (in g pro Person und Tag) herangezogen, wobei davon ausgegangen wird, dass eine fleischarme, obst- und gemüsebetonte Ernährung sowohl aus gesundheitlichen als auch ökologischen Gründen zu bevorzugen ist (DGE, 2004; Wiegmann et al., 2005). Diskriminanzanalysen dienten der zusätzlichen statistischen Absicherung der Clusterlösungen.

Zur Überprüfung der Nachhaltigkeitsorientierung der Cluster wurden Motive der Befragten beim Lebensmittelkauf herangezogen (Frage: „Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Punkte beim Kauf von Lebensmitteln?“). Die Kriterien „Saisonalität“, „regionale Produkte“, „artgerechte Tierhaltung“, „fair gehandelte Produkte“, „ökologische bzw. umweltfreundliche Verpackung“ und „keine gentechnisch veränderten Lebensmittel“ wurden zum Index „Nachhaltigkeitsorientierung“ zusammengefasst (Cronbach's Alpha-Wert 0,798). Daneben wurde aus den gesundheitsbezogenen Kaufkriterien („Gesundheit“, „wenig Zusatzstoffe“ und „Nährstoffangaben“) der Index „Gesundheitsorientierung“ gebildet (Cronbach's Alpha-Wert 0,726). Die Gruppe der BK wurde zudem anhand der Anzahl der gekauften Lebensmit-

<sup>1</sup> Anette Cordts arbeitet am Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Universität Göttingen (Kontakt: acordts@uni-goettingen.de). Prof. Dr. Achim Spiller vertritt dort das Fachgebiet Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte (aspiller@uni-goettingen.de). Dr. Birgit Schulze ist Juniorprofessorin für Agribusiness Management am Institut für Agrarökonomie der Universität Kiel.

telgruppen in Bioqualität und der Kaufhäufigkeit in drei Biokaufintensitätsgruppen unterteilt.

**Tabelle 1.** Vergleichende Analyse der Ernährungstypen

| <b>Männliche Biokäufer<br/>(n = 2.297)</b>                       | <b>Typ 1<br/>(5,0%)</b> | <b>Typ 2<br/>(13,4%)</b> | <b>Typ 3<br/>(5,9%)</b> | <b>Typ 4<br/>(20,6%)</b> | <b>Typ 5<br/>(23,3%)</b> | <b>Typ 6<br/>(31,7%)</b> | <b>Gesamt<br/>(100%)</b> |
|--|-------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Cluster bildende Variablen: Mittelwerte                          |                         |                          |                         |                          |                          |                          |                          |
| Obstverzehr <sup>1</sup> (g/Tag)***                              | 451,3                   | <b>695,8</b>             | 210,3                   | 240,9                    | 164,2                    | 181,5                    | 258,3                    |
| Gemüseverzehr <sup>2</sup> (g/Tag)***                            | <b>691,1</b>            | 258,9                    | 301,7                   | 382,6                    | 167,2                    | 168,0                    | 273,9                    |
| Fleischverzehr <sup>2</sup> (g/Tag)***                           | 94,7                    | 99,7                     | <b>332,2</b>            | 119,4                    | 175,9                    | 73,6                     | 126,7                    |
| Cluster beschreibende Variablen: Mittelwerte oder Prozentanteile |                         |                          |                         |                          |                          |                          |                          |
| Nachhaltigkeitsorientierung <sup>3***</sup>                      | <b>1,87</b>             | <b>1,96</b>              | 2,23                    | <b>1,98</b>              | 2,20                     | 2,04                     | 2,06                     |
| Gesundheitsorientierung <sup>3***</sup>                          | <b>1,67</b>             | <b>1,71</b>              | 2,21                    | <b>1,81</b>              | 2,18                     | 1,92                     | 1,94                     |
| Intensivkäufer (%)***  | <b>18,3</b>             | 8,8                      | 14,8                    | 11,0                     | 6,0                      | 9,2                      | 9,5                      |
| Gelegentliche Käufer (%)***                                      | 60,0                    | <b>63,0</b>              | 57,8                    | 61,8                     | 55,0                     | 56,1                     | 58,2                     |
| Seltenkäufer (%)***  | 21,7                    | 28,2                     | 27,4                    | 27,2                     | <b>39,0</b>              | 34,7                     | 32,2                     |
| <b>Männliche Nicht-Biokäufer<br/>(n = 3.660)</b>                 | <b>Typ 1<br/>(6,6%)</b> | <b>Typ 2<br/>(10,2%)</b> | <b>Typ 3<br/>(4,9%)</b> | <b>Typ 4<br/>(25,8%)</b> | <b>Typ 5<br/>(21,7%)</b> | <b>Typ 6<br/>(30,8%)</b> | <b>Gesamt<br/>(100%)</b> |
| Cluster bildende Variablen: Mittelwerte                          |                         |                          |                         |                          |                          |                          |                          |
| Obstverzehr <sup>1</sup> (g/Tag)***                              | 341,2                   | <b>675,2</b>             | 190,9                   | 217,88                   | 132,8                    | 148,4                    | 231,4                    |
| Gemüseverzehr <sup>2</sup> (g/Tag)***                            | <b>562,4</b>            | 239,6                    | 249,4                   | 290,54                   | 146,3                    | 112,3                    | 215,1                    |
| Fleischverzehr <sup>2</sup> (g/Tag)***                           | 174,8                   | 128,2                    | <b>442,2</b>            | 126,97                   | 234,3                    | 104,1                    | 162,1                    |
| Cluster beschreibende Variablen: Mittelwerte                     |                         |                          |                         |                          |                          |                          |                          |
| Nachhaltigkeitsorientierung <sup>3***</sup>                      | <b>2,39</b>             | <b>2,38</b>              | 2,78                    | <b>2,37</b>              | 2,65                     | 2,57                     | 2,52                     |
| Gesundheitsorientierung <sup>3***</sup>                          | <b>2,04</b>             | <b>1,99</b>              | 2,68                    | 2,12                     | 2,59                     | 2,36                     | 2,31                     |

<sup>1</sup> Obst und Obsterzeugnisse (ohne Säfte). <sup>2</sup> Gemüse/Fleisch und Gerichte auf Gemüse-/Fleischbasis. Gemüse ohne Kartoffeln. <sup>3</sup> Skala: 1="Sehr wichtig", 2="Wichtig", 3="Weniger wichtig", 4="Unwichtig". \*\*\* p ≤ 0,001. Bei Prozentwerten beziehen sich Angaben zur Signifikanz auf das Chi-Quadrat nach Pearson bei einer Kreuztabellierung. **Fettdruck:** höchste positive Ausprägung/Wichtigkeit. *Kursivschrift:* geringste Ausprägung/Wichtigkeit. Bei gleicher Kennzeichnung mehrerer Mittelwerte bestehen zwischen ihnen – überprüft durch Post-hoc-Mehrfachvergleiche – keine signifikanten Unterschiede.

## ERGEBNISSE

Die Mittelwertvergleiche zwischen den BK und den NBK zeigen, dass die BK etwas mehr Obst und Gemüse sowie deutlich weniger Fleisch als die NBK verzehren (rechte Spalte in Tabelle 1, jeweils p ≤ 0,001). Außerdem weisen die BK eine deutlich stärkere Nachhaltigkeits- und Gesundheitsorientierung auf (jeweils p ≤ 0,001).

Mit Hilfe von Clusteranalysen wurden sowohl für die Gruppe der BK als auch für die NBK sechs Ernährungstypen identifiziert. Überraschenderweise finden sich in den beiden Teilstichproben jeweils vergleichbare Segmente, die sich sowohl hinsichtlich des prozentualen Anteils als auch des Verzehrverhaltens sowie der Nachhaltigkeits- und Gesundheitsorientierung grundsätzlich ähneln. Unterschiede bestehen jedoch in der Variablenausprägung: Die BK weisen bei allen Clustern eine nachhaltigere Ernährung auf und zeigen eine stärkere Nachhaltigkeits- und Gesundheitsorientierung.

Im Überblick lassen sich die Ernährungstypen wie folgt beschreiben: Typ 1 verzehrt mit Abstand am meisten Gemüse, überdurchschnittlich viel Obst und misst Nachhaltigkeit und Gesundheit eine hohe Bedeutung bei. In der Gruppe der BK ist bei diesem Typ zudem der hohe Anteil an Intensivkäufern auffällig. Typ 2 konsumiert eine erhebliche Menge an Obst und zeigt ebenfalls eine starke Nachhaltigkeits- und Gesundheitsorientierung. Das dritte Cluster hat den höchsten Fleischkonsum und ist weniger nachhaltigkeits- und gesundheitsorientiert. Cluster 4, 5 und 6 zeigen in ihrer Ernährung weniger Extreme als die ersten drei Typen. Während Cluster 4 jedoch, ebenso wie 1 und 2, eine ausgeprägte Nachhaltigkeits- und Gesundheitsorientierung aufweist, liegt Gruppe 6 hier eher im Durchschnitt und Typ 5 (wie

auch 3) erheblich unter dem Durchschnittswert. Weitere Analysen zeigen, dass die drei nachhaltigkeitsaffinen Typen jeweils einen überdurchschnittlichen Akademikeranteil aufweisen und sportlich aktiver sind (nicht abgebildet).

## DISKUSSION

Insgesamt zeigt die Studie einen überraschend klaren Zusammenhang zwischen Bio- und Fleischkonsum auf der einen sowie Gesundheits- und Nachhaltigkeitsorientierung auf der anderen Seite auf. Die Typologie liefert erste Anhaltspunkte zum besseren Verständnis der Ver-

haltens- und Einstellungsmuster von Männern, die im Hinblick auf die o.g. Punkte im Vergleich zu Frauen bislang kaum untersucht wurden. Der in der Literatur beschriebene Zusammenhang zwischen einem (hohen) Biokonsum und einer aus gesundheitlicher und ökologischer Perspektive günstigeren Ernährung konnte auch bei alleiniger Betrachtung der Männer bestätigt werden.

## LITERATUR

- Cordts, A. (2009). *Ernähren sich Biokonsumenten gesünder? Eine Auswertung der Nationalen Verzehrsstudie II*. Unveröffentlichte Masterarbeit, Göttingen.
- DGE (2004). *DGE-Ernährungskreis – Lebensmittel-mengen*. URL: <http://www.dge.de/modules.php?name=News&file=article&sid=415> (15. 10.2009).
- Koerber, K. von; Männle, T. und Leitzmann, C. (2006). *Vollwert-Ernährung: Konzeption einer zeitgemäßen und nachhaltigen Ernährung*. 10. Auflage, Stuttgart: Haug.
- Prasad, A., Strijnev, A. und Zhang, Q. (2008). What can grocery basket data tell us about health consciousness? *International Journal of Research in Marketing* 25: 301-309.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Schaltegger, S. und Petersen, H. (2007). *Nachhaltigkeitsmarketing I: Grundlagen, Herausforderungen und Strategien*. Universität Lüneburg.
- Wiegmann, K., Eberle, U., Fritsche, U. R. und Hünecke, K. (2005). *Umweltauswirkungen von Ernährung – Stoffstromanalysen und Szenarien*. Diskussionspapier, Öko-Institut Darmstadt/Hamburg.