

Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln: Eine soziologische Untersuchung der Assoziation der einzelnen Nachhaltigkeitsdimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln und deren Zusammenhang zum sozioökonomischen Status

Rebecca SCHMIDT, 01516034

Innsbruck, Dezember 2024

Masterarbeit

eingereicht an der Universität Innsbruck, Fakultät für Soziale und Politische Wissenschaften zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Arts

Master Soziologie: Soziale und Politische Theorie

Betreuer*in:

Ass.-Prof. Dr. M. A. Rike Stotten

Institut für Soziologie

Fakultät für Soziale und Politische Wissenschaften

CO-Betreuung:

Univ.-Prof. Dr. Wilfred Uunk

Institut für Soziologie

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt durch meine eigenhändige Unterschrift, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe. Alle Stellen, die wörtlich oder inhaltlich den angegebenen Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

Die vorliegende Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form noch nicht als Magister-/Master-/Diplomarbeit/Dissertation eingereicht.

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich herzlich bei allen Personen bedanken, die mich während dem Prozess der Anfertigung dieser Masterarbeit unterstützt haben. Mein Dank gebührt vor allem Frau Assoz. Prof. Dr. Rike Stotten, die meine Masterarbeit betreut hat und sowohl mit hilfreichen fachlichen Anregungen, als auch mit konstruktivem Feedback zum Gelingen dieser Masterarbeit beigetragen hat. Ebenso möchte ich mich bei Univ.-Prof. Dr. Wilfred Uunk bedanken, der mich bei der Datenanalyse maßgeblich unterstützt hat und dessen Hilfestellung einen wertvollen Beitrag zum Vollenden dieser Masterarbeit geleistet hat.

Zusammenfassung

Durch die stärker werdenden Folgen des Klimawandels, die zu Nahrungsmittelknappheit und sozialer Ungerechtigkeit führen, steigt die Relevanz sich mit Themen wie nachhaltige Lebensmittel auseinanderzusetzen. In dieser Masterarbeit wird untersucht, wie nachhaltige Lebensmittel wahrgenommen werden. Es wird analysiert, wie stark die soziale, ökonomische, ökologische, kulturelle und gesundheitliche Dimension der Nachhaltigkeit mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert werden. Es soll zudem festgestellt werden, ob der sozioökonomische Status, basierend auf Bourdieus Theorie von Habitus und sozialen Raum, einen Einfluss auf diese Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln hat. Mithilfe eines Fragebogens wurden 114 Teilnehmer*innen im Stadtgebiet Innsbruck befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass die gesundheitliche Dimension am stärksten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wird, während die ökologische, ökonomische, soziale und kulturelle Dimension ähnlich bewertet wurden. Ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem sozioökonomischen Status und der Wahrnehmung der einzelnen Nachhaltigkeitsdimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel konnte nicht festgestellt werden. Aus den Ergebnissen geht hervor, dass die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln über individuelle sozioökonomische Unterschiede hinaus gehen und von gesellschaftsübergreifenden Normen und Werte geprägt werden.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung und Forschungsinteresse	3
2. Forschungsstand und Forschungslücke	7
2.1 Nachhaltigkeit von Lebensmitteln aus Verbraucher*innensicht	7
2.2 Konsumverhalten im sozioökonomischen Zusammenhang	11
2.3 Forschungslücke	14
3. Konzeptioneller Rahmen	16
3.1 Nachhaltigkeit	16
3.2 Nachhaltige Ernährung	20
3.3 Nachhaltige Lebensmittel	22
4. Theoretische Grundlage	25
4.1 Habitus und Geschmack	25
4.2 Sozialer Raum, soziale Felder und Klassenpositionen	27
6. Forschungsfragen und Hypothesen	33
7. Methodik	35
7.1 Methodenauswahl	35
7.2 Entwicklung des Fragebogens	36
7.3 Pretest, Stichprobe und Umfragestandorte	37
7.4 Durchführung der Umfrage	38
7.5 Datenauswertung mit SPSS	38
7.5.1 Demographische Daten	38

7.5.2 Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln	41
7.5.3 Einfluss des sozioökonomischen Status auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln.....	48
7.5.4 Einfluss des ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapitals auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit	56
7.5.5 Zusammenfassung der Auswertungsergebnisse.....	68
7.6 Limitationen.....	71
8. Diskussion	74
8.1 Beantwortung der Forschungsfrage 1	74
8.2 Beantwortung der Forschungsfrage 2.....	76
8.3 Beantwortung der Forschungsfrage 3	78
9. Conclusio.....	81
Literaturverzeichnis.....	84
Abbildungsverzeichnis	94
Tabellenverzeichnis.....	96

1. Einleitung und Forschungsinteresse

„Der Klimawandel ist die größte Bedrohung der Zukunft. Jeder Staat muss mitwirken, die Ursachen zu bekämpfen und die Folgen zu mindern[...]“ (Österreichische Hagelversicherung, 2016). Dieses Zitat stammt vom ehemaligen deutschen Bundesumweltminister Prof. Dr. Klaus Töpfer und wurde beim 4. Nachhaltigkeitsfrühstück der Österreichischen Hagelversicherung in Wien geäußert. Ursachen dieser bedrohlichen Entwicklung sind vor allem die Verbrennung fossiler Brennstoffe und die Veränderung der Landnutzung und -versiegelung (“Summary for Policymakers,” 2023). Durch die Verbrennung fossiler Brennstoffe werden Treibhausgase in der Atmosphäre freigesetzt. Das Treibhausgas das in der Klimadebatte in den Fokus gerückt wurde, ist Kohlenstoffdioxid, auch unter CO₂ bekannt. Zu den Treibhausgasen gehören neben Kohlenstoffdioxid allerdings auch Methan, Distickstoffmonoxid, auch als Lachgas bekannt, und gasförmige Fluorkohlenwasserstoffe (Nikendei et al., 2020). Der erhöhte Ausstoß dieser Gase trägt zu einer verstärkten Klimaerwärmung bei. Dabei hat sich in dem Zeitraum 1850-1900 zu 2010-2019 die Oberflächentemperatur zwischen 0,8°C und 1,3°C erhöht (IPCC, 2021). „Die globale Erwärmung stellt aktuell eine der größten, wenn nicht die größte Bedrohung für die Existenz unserer menschlichen Zivilisation dar[...]“ (Nikendei et al., 2020, S. 60). Die Folgen der Klimaerwärmung sind Extremwetterereignisse wie Stürme, Starkregen, Hochwasser, Überflutungen und Hitzewellen (Nikendei et al., 2020). Klimaveränderungen gehen mit einer Veränderung von Ökosystemen einher. Davon betroffen sind Wasserkreisläufe, Boden und Gestein-Beschaffenheiten, Vegetation, das Tierreich und vor allem die Menschheit (Voss, 2010). Extremwetterereignisse, wie Überschwemmungen und Wüstenbildungen, verursachen den Verlust von Anbauflächen und tragen dadurch zu einer zunehmender Ernährungsunsicherheit bei (Möhle, 2023).

Viele Veränderungen, die durch den Klimawandel verursacht wurden, sind irreversibel, weshalb nachhaltiges Handeln in allen Bereichen erforderlich ist um diesen entgegenzuwirken. In diesem Hinblick wurde von den Vereinten Nationen 2015 die Agenda 2030, mit 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung erarbeitet (Generalversammlung Vereinte Nationen, 2020). Der Fokus dieser Ziele liegt darauf durch die Berücksichtigung der ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Nachhaltigkeitsdimensionen, ein erfülltes Leben für kommende Generationen zu sichern (Hauff et al., 2018). Die 17 Ziele, bekannt als „Sustainable Development Goals“ (SDGs), basieren auf den „Millennium Development Goals“ aus dem Jahr 2000, der allgemeinen Erklärung für Menschenrechte, den internationalen Menschenrechtsverträgen und

dem Weltgipfel aus dem Jahr 2005 (Generalversammlung Vereinte Nationen, 2020). Die SDGs orientieren sich an fünf zentralen Aspekten: Mensch, Planet, Wohlstand, Frieden und Partnerschaft (Hauff et al., 2018). Sie sollen weltweit Maßnahmen für eine faire Globalisierung schaffen, eine Welt ohne Hunger und Armut ermöglichen, das globale Klima und natürliche Ressourcen schützen, Menschenrechte und gute Regierungsführungen unterstützen und ein global gemeinsames Handeln sichern (ebd.)

Hinsichtlich der globalen Herausforderungen, die der Klimawandel mit sich bringt, wächst die Aufmerksamkeit für nachhaltige Entwicklung stetig an. In diesem Kontext spielt die Lebensmittelproduktion und -konsum eine große Rolle, da diese einen erheblichen Einfluss auf die ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit, sowie auf die individuelle und öffentliche Gesundheit und den sozialen Zusammenhalt haben (Reisch et al., 2013). Das Ernährungssystem verursacht 30 % der globalen Treibhausgasemissionen, gemessen vom Anbau über den Transport bis hin zum Verbrauch mit Einbeziehung von Landnutzungsänderungen (WWF Deutschland, 2015). Die Auswahl an Lebensmitteln, die Konsument*innen treffen, beeinflusst Ressourcenverbrauch, Umweltbelastung, Landnutzung, Arbeitsbedingungen und den Zugang zu gesunder Ernährung (BMEL, 2023; Ermann et al., 2018). Auf welche Lebensmittel Konsument*innen bei ihrer Ernährung zurückgreifen hängt unter anderem mit ihrem sozioökonomischen Status wie beispielsweise Einkommen und Bildungsstand zusammen (Caso & Vecchio, 2022; Fernández-Alvira et al., 2015). Durch Herausforderungen wie den Klimawandel, Nahrungsmittelknappheit und soziale Ungerechtigkeit, gewinnt die Auseinandersetzung mit nachhaltigen Lebensmitteln immer mehr an Bedeutung. Daher wird es immer wichtiger, die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit Lebensmitteln zu verstehen, um Bewusstsein für die Thematik schaffen zu können und weitere Lösungswege zu entwickeln. Da nachhaltige Ernährung eine Herausforderung darstellt, die sowohl auf individueller als auch auf gesamtgesellschaftlicher Ebene eine wichtige Rolle spielt, sollten alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen Zugang zu und Wissen über diese Thematik unabhängig von ihrem sozioökonomischen Status haben. Vor diesem Hintergrund untersucht diese Masterarbeit wie die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert werden und welchen Einfluss der sozioökonomischen Status darauf hat.

Durch meine interdisziplinäre Ausbildung habe ich einen umfassenden Einblick in verschiedene Forschungsfelder erhalten und erfahren, wie vielfältig die Perspektiven auf Nachhaltigkeit sein können. Nachhaltigkeit kann nicht ausschließlich aus ökologischer Sicht

betrachtet werden. Um die Komplexität von Nachhaltigkeit zu erfassen müssen zudem soziale, wirtschaftliche, gesundheitliche und kulturelle Aspekte miteinbezogen werden. Der Fokus dieser Masterarbeit wurde auf Lebensmittel gelegt, da diese den drittgrößten Anteil an Treibhausgasemissionen ausmachen. Während die Bereiche Energie, Industrie und Verkehr von Politik und Wirtschaft getragen werden, ist die Ernährung verstärkt auch eine persönliche Entscheidung. Es betrifft nicht nur alle Menschen weltweit, sondern stellt auch ein grundlegendes Menschenrecht dar, das Recht auf Nahrung (BMEL, 2019). Alle Menschen, unabhängig von ihrem sozioökonomischen Status, sollten Zugang zu nachhaltigen Lebensmitteln haben. Allerdings kommt es in dieser Hinsicht oft zu sozialer Ungleichheit (FAO et al., 2023). Diese Ungleichheit zeigt sich vor allem in so genannten „Food deserts“, von denen überwiegend Menschen mit einem geringen Einkommen und/ oder ohne Transportmöglichkeiten betroffen sind (Beaulac et al., 2009). Darunter werden Gebiete verstanden, in denen der Zugang zu gesunden und erschwinglichen Lebensmitteln begrenzt ist (ebd.). Derzeit fehlt vielen Menschen weltweit der Zugang zu nachhaltigen und gesunden Lebensmitteln, da diese aufgrund gestiegener Kosten, vor allem durch die Inflation, unerschwinglich geworden sind (ebd.). Im Jahr 2022 leiden laut Schätzungen zwischen 690 und 783 Millionen Menschen an Hunger, was 122 Millionen mehr sind als vor der COVID-19-Pandemie (ebd.). Hinzu kommt, dass Menschen mit einem niedrigeren Einkommen häufiger von den negativen Auswirkungen des Klimawandels, wie zum Beispiel die Gefährdung von Nahrungssicherheit, betroffen sind, als Menschen mit einem höheren Einkommen (UNDP, 2019). Ernährung betrifft alle Menschen weltweit, wodurch Konsument*innen einen großen Einfluss auf die nachhaltige Entwicklung von Lebensmittel und Ernährung haben können und dadurch zu einer erhöhten globalen Ernährungssicherheit beitragen können. Deshalb ist ein Einblick in die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln entscheidend um nachhaltige Veränderungen einleiten zu können. Diese Arbeit untersucht, inwieweit sich die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln unterscheidet und welchen Einfluss der sozioökonomische Status darauf hat. Das Forschungsinteresse liegt darin herauszufinden wie verschiedene Dimensionen der Nachhaltigkeit in diesem Kontext betrachtet werden. Es soll herausgefunden werden welche Dimensionen der Nachhaltigkeit für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen von besonderer Relevanz sind und wie vielfältig die Wahrnehmungen von nachhaltigen Lebensmitteln sein kann. Ziel dieser Masterarbeit ist es, neue Erkenntnisse zu gewinnen, die die Diskussion über nachhaltige Lebensmittel anregen und vorantreiben.

Diese Arbeit gliedert sich wie folgt: Den Beginn stellt das Kapitel „Forschungsstand und Forschungslücke“ dar, das sich in drei Themenbereiche gliedert. Zum einen wird die Thematik der nachhaltigen Lebensmittel behandelt, wobei aktuelle Studien in diesem Bereich aufgezeigt werden. Hierbei stehen vor allem die Wahrnehmung nachhaltiger Lebensmittel im Fokus sowie das Kaufverhalten seitens der Konsument*innen. Zum anderen erfolgt eine ausführliche Darstellung aktueller Studien, die den Zusammenhang zwischen nachhaltigen Lebensmitteln und sozioökonomischem Status untersuchen. Anhand des Standes der Forschung wird herausgearbeitet, wo sich Forschungslücken ergeben und das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit erklärt. Anschließend wird die Definition von Nachhaltigkeit, nachhaltiger Ernährung und nachhaltigen Lebensmitteln erläutert und festgelegt, welche Definition von nachhaltigen Lebensmitteln dieser Arbeit zugrunde liegt. Um den sozioökonomischen Status untersuchen zu können, wird auf die Theorie von Bourdieu zurückgegriffen. Diese wird in Bezug auf den Habitus und den sozialen Raum detailliert dargelegt. Anschließend werden die Forschungsfragen und -hypothesen dieser Masterarbeit vorgestellt. Darauf folgt das Methodenkapitel, in dem das Forschungsdesign vorgestellt wird, die Datenauswertung mittels SPSS dargestellt wird und Limitationen aufgezeigt werden. Die Ergebnisse werden anschließend anhand des konzeptionellen Rahmens und der theoretischen Grundlage interpretiert. In der Conclusio folgt eine Zusammenfassung der Arbeit und ein Ausblick für weitere Forschung.

2. Forschungsstand und Forschungslücke

Das Forschungsinteresse dieser Arbeit liegt darin, herauszufinden, welche Dimensionen der Nachhaltigkeit am häufigsten mit der Wahrnehmung nachhaltiger Lebensmittel assoziiert werden. Es wird außerdem untersucht, welchen Einfluss der sozioökonomische Status auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln hat. Basierend auf diesem Forschungsinteresse ist der Forschungsstand in zwei Teile gegliedert. Zum einen die allgemeine Untersuchung der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln, die vor allem aufzeigen soll, welche Dimension am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wird. Diesbezüglich wurden aktuelle Studien zusammengefasst und dargestellt. Der zweite Teil des Forschungsstandes bezieht sich auf Studien, die sich sowohl mit nachhaltigen Lebensmitteln oder Nachhaltigkeit beschäftigen als auch deren Zusammenhang mit dem sozioökonomischen Status untersuchen.

2.1 Nachhaltigkeit von Lebensmitteln aus Verbraucher*innensicht

Eine Frage, die in vielen Studien aufgegriffen wird, ist, wie Verbraucher*innen Nachhaltigkeit wahrnehmen und definieren (Reisch et al., 2013)(Chekima et al., 2016; Figueroa-García et al., 2018; Grunert et al., 2014; Hanss & Böhm, 2012). Diese Frage ist relevant, da Nachhaltigkeit ein komplexes Thema darstellt, welches allerdings oftmals vereinfacht betrachtet wird (Béné et al., 2019). Aus wissenschaftlicher Perspektive bedeutet Nachhaltigkeit die langfristige Erhaltung von natürlichen Ressourcen und Ökosystemen für zukünftige Generationen (Rockström et al., 2009). Nachhaltige Entwicklung beruht auf fünf Dimensionen der Nachhaltigkeit: der sozialen, ökonomischen, kulturellen, gesundheitlichen und ökologischen (Generalversammlung Vereinte Nationen, 2020). In wissenschaftlichen Studien wird zudem betont, dass ein neues Paradigma notwendig ist, das die fortschreitende Entwicklung menschlicher Gesellschaften mit dem Erhalt eines widerstandsfähigen und anpassungsfähigen Erdsystems verbindet, um Umweltbelastungen zu reduzieren und die Biodiversität zu schützen (Steffen et al., 2015). Neben dem Schutz der Umwelt, ist zudem die Sicherung des global gesellschaftlichen Zusammenhalts und der Lebensqualität ein zentraler Aspekt im wissenschaftlichen Diskurs, was durch die Förderung sozialer Gerechtigkeit und die Gewährleistung von Gesundheit sichergestellt werden soll (Whitmee et al., 2015). Eine weitere Dimension, die zu Beginn des Nachhaltigkeitsdiskurses vernachlässigt wurde, jedoch immer mehr Aufmerksamkeit bekommt ist die kulturelle Nachhaltigkeit, die zum Erhalt kultureller Identität und Diversität beiträgt (Soini & Birkeland, 2014). Diese verschiedenen

Forschungsschwerpunkte von Nachhaltigkeit spiegeln sich auch in der Wahrnehmung der Konsument*innen wider.

Mit Nachhaltigkeit verbinden die meisten Verbraucher*innen die ökologische Dimension. Im Hinblick auf Lebensmittel bedeutet das, dass die Konsument*innen auf die Klimaverträglichkeit, bei der Herstellung eines Produkts, sowie auf den Umweltschutz achten (BMEL, 2023). Studien zeigen, dass die ökologische Dimension häufig mit Nachhaltigkeit verknüpft wird, da der Umweltschutz und ein geringer CO₂ Ausstoß als wichtige Eigenschaften im Hinblick auf nachhaltige Produkte angesehen werden (Hanss & Böhm, 2012). Das Bewusstsein für die ökologische Dimension von Nachhaltigkeit bei Lebensmittel, lässt sich auf den politischen Diskurs zurückführen, der Umweltschutz und Klimawandel in den Fokus rückt (Hanss & Böhm, 2012). Die verstärkte Wahrnehmung der globalen Erwärmung und politische Aktionen, wie das Pariser Klimaabkommen aus dem Jahr 2015, führen zu einem umweltorientierteren Kaufverhalten und einem besseren Verständnis für die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit (Lin & Niu, 2018).

Beim Kauf von Lebensmitteln achten Verbraucher*innen neben der ökologischen Dimension zudem auf die Haltungsbedingungen von Tieren (BMEL, 2023). Dabei wird vor allem auf den Tierschutz und die humane Behandlung der Tiere geachtet (Hanss & Böhm, 2012). Weitere Komponenten, die das Verständnis von nachhaltigen Lebensmittel prägen, sind die Herkunft und Haltbarkeit von Produkten (BMEL, 2023; Hanss & Böhm, 2012). Hinzu kommt, dass die Wiederverwendbarkeit der Verpackung und ein geringer Energieverbrauch bei der Herstellung eines Produkts von den Verbraucher*innen geschätzt wird (Hanss & Böhm, 2012). Auch faire Arbeitsbedingungen sehen Konsument*innen als einen entscheidenden Faktor, der zur Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln beiträgt (BMEL, 2023). Nachhaltige Lebensmittel werden ebenso mit der Aufrechterhaltung von bestimmten Lebensstandards assoziiert (Grunert et al., 2014). Die gesundheitliche Dimension nimmt eine zentrale Rolle zur Erhaltung bestimmter Lebensstandards ein. Gesundheitliche Aspekte von Lebensmitteln stehen für Verbraucher*innen jedoch auch unabhängig vom gezielten Kauf von nachhaltigen Lebensmitteln, genauso wie der Geschmack, im Fokus (BMEL, 2023). Neben der gesundheitlichen Dimension spielt zudem die soziale Dimension, wie beispielsweise die faire Bezahlung der Hersteller*innen, eine wichtige Rolle für das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln (Taufique et al., 2017).

Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass Verbraucher*innen unterschiedliche Perspektiven auf nachhaltige Lebensmittel haben (Béné et al., 2019; Grunert et al., 2014; Hanss & Böhm, 2012; Reisch et al., 2013). Während die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit in vielen Studien in den Fokus gerückt wird, gewinnen die ökonomische, soziale und entwicklungspolitische Dimension aus Sicht der Verbraucher*innen immer mehr an Bedeutung hinsichtlich dem Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln (Hanss & Böhm, 2012). Beim Kauf von Lebensmitteln achten Verbraucher*innen zudem auf ethische Gesichtspunkte (ebd.).

Um die Komplexität der Thematik erfassen zu können, müssen alle Facetten der Nachhaltigkeit berücksichtigt werden, da ein einseitiger Fokus auf ökologische Aspekte andere relevante Bereiche vernachlässigen könnte (Béné et al., 2019). Diese Erkenntnisse stammen sowohl aus Studien, die sich auf die Wahrnehmung von Nachhaltigkeit fokussieren, als auch auf Studien, die das Verständnis von Nachhaltigkeit anhand des Konsumverhaltens ableiten. Jedoch bedeutet das nicht, dass Verbraucher*innen auch die Lebensmittel kaufen, die sie als nachhaltig verstehen. Es gibt einen Unterschied zwischen Wahrnehmung von bzw. der Einstellung zu nachhaltigen Lebensmitteln und dem Kaufverhalten, da auch die Verfügbarkeit von Lebensmitteln und finanziellen Ressourcen, sowie soziale Normen Einfluss auf das Kaufverhalten haben (Vermeir & Verbeke, 2008). Daraus lässt sich schließen, dass das Kaufverhalten im Hinblick auf nachhaltige Produkte nicht zwangsläufig mit dem Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln gleichzusetzen ist (ebd.). Deshalb stellt das Verhältnis zwischen Kaufverhalten und Verständnis von Nachhaltigkeit eine viel erforschte Thematik dar (Chekima et al., 2016; Grunert et al., 2014; Hanss & Böhm, 2012; Vermeir & Verbeke, 2008). Allerdings variieren diese Studien hinsichtlich des Untersuchungsortes und untersuchten Lebensmitteln, wodurch ein Vergleich erschwert wird (Connor et al., 2022; Nian et al., 2023; Rezai et al., 2013; Vanhonacker et al., 2013; Vermeir & Verbeke, 2008).

Ein weiterer Bereich, der im Kontext von nachhaltiger Ernährung auf ein großes Forschungsinteresse trifft, ist der Konsum von Fleisch. Obwohl eine nachhaltigere Fleischproduktion auf Zustimmung trifft, zeigen Konsument*innen eine höhere Bereitschaft nachhaltiger produziertes Fleisch zu konsumieren, als es letztendlich auch zu kaufen (Vanhonacker et al., 2013). Der Fleischkonsum ist deshalb ein viel erforschtes Themengebiet im Nachhaltigkeitskontext, da der Produktionszyklus von Fleisch im Vergleich zu anderen Lebensmitteln einen hohen CO₂-Fußabdruck aufweist (Vanhonacker et al., 2013). Der CO₂-Fußabdruck misst die Menge an Treibhausgasen, die durch menschliche Aktivitäten entstehen, und ist ein Indikator für das globale Erwärmungspotenzial (Muthu, 2016). Er wird verwendet,

um die durch Konsum und Ressourcennutzung verursachten CO₂-Emissionen zu messen (ebd.). Die Umweltauswirkung der Fleischproduktion wird von vielen Konsument*innen unterschätzt, obwohl diese erheblich zur Umweltbelastung im Lebensmittelbereich beitragen (Vanhonacker et al., 2013). Der hohe CO₂-Fußabdruck entsteht zum einen durch die Haltung der Tiere, wie beispielsweise durch die Verdauung der Tiere, durch die Methan freigesetzt wird. Zum anderen durch die Produktion von Futtermitteln, wie beispielsweise Soja oder Mais, die in großem Umfang einen Großteil der landwirtschaftlichen Flächen einnimmt und dadurch eine Umweltbelastung darstellt (Poore & Nemecek, 2018). Tiere, die in Weidehaltung aufwachsen, erzeugen demgegenüber einen geringeren CO₂-Fußabdruck, da das Futter einerseits lokal und andererseits durch eine geringere Bewirtschaftung hergestellt werden kann (FAO, 2013; Schader et al., 2015). Allerdings variiert dies je nach Region und deren ökologischen Bedingungen (ebd.). Fleischkonsum führt zu einer erhöhten Nachfrage von Futtermitteln, wodurch immer mehr naturbelassene Flächen in Weide- oder Ackerland umgewandelt werden (FAO, 2006). Auch dadurch wird mehr CO₂ freigesetzt, weil deswegen Vegetation, die CO₂ speichert, entfernt wird, wodurch mehr CO₂ freigesetzt wird (ebd.).

Ein weiteres Kriterium, anhand dessen Konsument*innen die Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beurteilen, sind Produkte die mit Labels gekennzeichnet sind, die für Nachhaltigkeit stehen. In dieser Hinsicht ist vor allem das Label „Regionalfenster“ bei Konsument*innen beliebt, das regional hergestellte Produkte kennzeichnet (BMEL, 2023). Untersuchungen zeigen, dass Nachhaltigkeitslabels eine erhöhte Bereitschaft für diese Produkte zu bezahlen bzw. diese Produkte zu kaufen hervorrufen (Kaczorowska et al., 2019). Weitere Labels, die nachhaltige Aspekte bei Lebensmitteln kennzeichnen und beim Kauf der Verbraucher*innen eine Rolle spielen, sind das „Tierwohl“ Label, das „Bio-Siegel“ und das Label für nachhaltige Fischerei (ebd.). Ein weiteres Label, das Konsument*innen im Zusammenhang mit nachhaltigen Lebensmitteln nennen, ist das „Fair Trade“ Label (BMEL 23). Dieses beschreibt Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit und stellt sicher, dass das gekennzeichnete Produkt unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurde (ebd.).

Neben der ökologischen Dimension und dem Tierwohl, zählen Konsument*innen außerdem gesundheitsfördernde Lebensmittel zur Nachhaltigkeit dazu (Nian et al., 2023). Umweltlabel, wie der „Eco-Score Label“, gewinnen zudem an Anerkennung, da sie die Komplexität von Nachhaltigkeit auf einfache Weise darstellen (Taillie et al., 2024). Obwohl die Wirkung des „Eco-Score Labels“ je nach Produktkategorien und Konsument*innen Gruppe variiert,

beeinflusst das Label das Bewusstsein für die Nachhaltigkeit von Lebensmitteln und die Absicht diese zu kaufen in die positive Richtung (ebd.).

Generell lässt sich anhand der Labels eine deutliche Kaufbereitschaft von nachhaltigen Lebensmitteln feststellen (Connor et al., 2022). Neben Labels haben außerdem das Haushaltseinkommen sowie das Interesse und der Wissensstand im Bezug auf Nachhaltigkeit einen Einfluss auf das Kaufverhalten hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel (Connor et al., 2022). Personen, die sich intensiver mit den ökologischen und sozialen Aspekten der Nachhaltigkeit auseinandersetzen, tendieren eher dazu nachhaltige Produkte zu kaufen (ebd.). Dementsprechend neigen Konsument*innen mit geringem Umweltbewusstsein dazu, Nachhaltigkeitslabels zu ignorieren (Dragusanu et al., 2014). Verbraucher*innen die sich mit nachhaltigen Produkten auseinandersetzen und deren Mehrwert verstehen, sind bereit einen höheren Preis dafür zu bezahlen (Kaczorowska et al., 2019).

Wie aus den angeführten Studien deutlich wird, ist Nachhaltigkeit ein komplexes und viel erforschtes Thema. Studien in diesem Bereich gehen auf die Wahrnehmung und das Verständnis von Nachhaltigkeit ein. Die Studien miteinander zu vergleichen ist jedoch schwierig, da sie sich durch Untersuchungsschwerpunkte, untersuchte Lebensmittel und Untersuchungsstandorte unterscheiden. Hinzu kommt, dass das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln oft anhand des Kaufverhaltens, insbesondere von Nachhaltigkeitslabels, untersucht wird, obwohl diese nicht immer mit dem Verständnis von Nachhaltigkeit gleichgesetzt werden können. Die ökologische Dimension scheint am häufigsten in Verbindung mit dem Verständnis und der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln gebracht zu werden und stellt zudem die mit am häufigsten in wissenschaftlichen Studien untersuchte Dimension dar. Dennoch werden auch die sozialen, ökonomischen, politischen und gesundheitlichen Aspekte immer mehr genannt und untersucht und mit der ökologischen Komponente in Verbindung gebracht.

2.2 Konsumverhalten im sozioökonomischen Zusammenhang

Neben dem Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln legt diese Masterarbeit den Fokus zudem auf den sozioökonomischen Status, da sich dieser in den individuellen Ernährungsgewohnheiten widerspiegelt und dadurch einen Einfluss auf die durch Lebensmittelkonsum verursachten Treibhausgasemissionen hat. Deshalb werden im Folgenden aktuelle Studien, die die Wahrnehmung und den Konsum von nachhaltigen Lebensmitteln im

Zusammenhang zum sozioökonomischen Status untersuchen, aufgezeigt. Zudem werden Studien angeführt, die den Zusammenhang zwischen dem wissenschaftlich fundierten Wissen über Klimawandel und Nachhaltigkeit und dem sozioökonomischen Status und der Auswirkung auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln untersuchen. Diese Studien sollen dabei helfen, einen umfassenden Einblick in die Zusammenhänge zwischen den zwei Thematiken zu gewinnen, und sollen den bereits dargestellten Forschungsstand zur Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln ergänzen.

Ein Bereich der Forschung beschäftigt sich damit, wie Verhalten, Einstellungen und individuelle Merkmale das nachhaltige Konsumverhalten beeinflussen. So kann Traditionsbewusstsein einen positiven Einfluss auf den Kauf von nachhaltigen Lebensmitteln haben (Vermeir & Verbeke, 2008). Verbraucher*innen die sich intensiv mit sozialen und ökologischen Themen auseinandersetzen kaufen häufiger nachhaltige Lebensmittel (Connor et al., 2022). Auch eine gute Beziehung zwischen Mensch und Natur führt dazu, dass Konsument*innen eher dazu bereit sind für umweltfreundliche Produkte zu zahlen, als die, die keine bzw. eine nicht so intensive Beziehung zur Natur haben (Chekima et al., 2016). Ein weiterer Faktor, der einen starken Einfluss auf das nachhaltige Konsumverhalten hat, ist der Bildungsgrad (Figuroa-García et al., 2018). So kaufen Menschen mit einem höheren Bildungsgrad eher nachhaltige Produkte, als die mit einem geringeren Bildungsgrad (Chekima et al., 2016). Zusätzlich spielen soziale Einflüsse wie Familie, Freunde und kulturelle Faktoren eine bedeutende Rolle, ebenso wie Marktbedingungen, die das Konsumverhalten wesentlich beeinflussen (Figuroa-García et al., 2018). Je nach kulturellen Kontext variiert die Wichtigkeit der unterschiedlichen Dimensionen der Nachhaltigkeit, was einen Einfluss auf das Kaufverhalten haben kann (Verain et al., 2021). All diese Faktoren tragen zu einer positiven Wahrnehmung von nachhaltigen Produkten und zu der Bereitschaft, höhere Preise dafür zu zahlen, bei. Neben Bildungsgrad, hat auch das Einkommen einen Einfluss auf das Kaufverhalten hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel (Rezai et al., 2013). Auch soziodemografische Merkmale wie Geschlecht, geographische Lage und Einkommen haben einen starken Einfluss darauf, ob Verbraucher*innen bereit sind, zusätzliche Kosten für nachhaltige Produkte zu übernehmen (ebd.). So haben Menschen mit einem höheren sozioökonomischen Status tendenziell eine bessere Ernährungsqualität, als Menschen mit einem niedrigeren sozioökonomischen Status (Darmon & Drewnowski, 2008). Das liegt daran, dass Menschen mit einem höheren sozioökonomischen Status eher auf unverarbeitete Lebensmittel wie Obst oder Gemüse zurückgreifen, die im Vergleich zu verarbeiteten

Lebensmitteln teurer und nährstoffreicher sind (ebd.). Im Gegensatz dazu neigen Menschen mit einem niedrigeren sozioökonomischen Status dazu, günstigere verarbeitete Lebensmittel zu konsumieren, die dementsprechend auch weniger Nährstoffe enthalten (ebd.).

Das Wissen über den Klimawandel und das Einkommen gehen miteinander einher (Yang et al., 2020). Das bedeutet, dass Personen aus einkommensschwachen Haushalten im Vergleich zu Personen aus einkommensstarken Haushalten weniger wissenschaftlich fundiertes Wissen über den Klimawandel aufweisen und gleichzeitig eine höhere Neigung zu nicht wissenschaftlich überprüften Annahmen über den Klimawandel zeigen (ebd.). Auch geschlechter- und altersspezifische Unterschiede konnten nachgewiesen werden. Männliche Befragte weisen ein größeres wissenschaftlich fundiertes Wissen über den Klimawandel auf als Frauen (ebd.). Im Vergleich zu älteren und mittel-alten Befragten, hatten junge Befragte am meisten fundiertes Wissen über den Klimawandel. Dies liegt daran, dass junge Menschen einen besseren Zugang zu umweltbezogenen Wissen haben, da sich das Bildungssystem und digitale Informationsquellen im Laufe der Zeit an die Klimathematik angepasst haben (Geiger et al., 2019). Obwohl ältere Personen ein geringeres wissenschaftlich fundiertes Wissen über den Klimawandel vorweisen als jüngere Personen, zeigen sie ein höheres Engagement für den Umweltschutz (M. Wiernik et al., 2013). Auch der Bildungsgrad spielt eine Rolle. Menschen mit einem höheren Bildungsgrad weisen ein höheres wissenschaftlich fundiertes Wissen auf als Menschen mit einem niedrigeren Bildungsgrad (ebd.).

Nachhaltige Lebensmittel im Zusammenhang mit dem sozioökonomischen Status werden nicht nur mit Hilfe des Konsumverhaltens, sondern auch anhand des Geschmackes untersucht. Geschmack und Ernährung sind eng mit sozialer Position, Nachhaltigkeit und Ethik verbunden (Atkinson, 2021). Des Weiteren lässt sich ein Zusammenhang zwischen Ernährungsqualität und sozioökonomischen Status nachweisen (Darmon & Drewnowski, 2008). So zeigen weitere Untersuchungen zu Konsumverhalten und sozioökonomischen Status auf, dass untere sozioökonomische Gruppen weniger Gemüse und Obst konsumieren (Lindström et al., 2001). Demnach soll die Ernährungsqualität von Personen mit einem höheren sozioökonomischen Status ausgeprägter sein, als von Menschen mit einem geringeren sozioökonomischen Status (Darmon & Drewnowski, 2008). Neben der ökonomischen Dimension der Nachhaltigkeit spielt auch die kulturelle Dimension eine Rolle in der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln (Verain et al., 2021). Dementsprechend variiert die Priorisierungen der Nachhaltigkeitsdimensionen je nach kulturellen Kontext (Verain et al., 2021). Das Ernährungsverhalten wird durch kulturelle Normen, soziale Identität, soziale Netzwerke und

soziale Einflüsse beeinflusst (Carrus et al., 2018). Diese Aspekte prägen nicht nur individuelle Entscheidungen, sondern auch die Verfügbarkeit und Zugänglichkeit von Nahrungsmitteln (ebd.).

Wie im Forschungsstand deutlich wird, gibt es einige spezifische Studien in Bezug auf das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln und den Zusammenhang von nachhaltigem Konsumverhalten und sozioökonomischem Status. Traditionelle Werte, Bildung und Einkommen prägen die Wahrnehmung und Kaufentscheidung bezüglich nachhaltiger Produkte. Aber auch kulturelle und soziale Aspekte sowie die Verfügbarkeit von Lebensmitteln haben einen Einfluss auf das Bild von nachhaltigen Lebensmitteln. Diese Erkenntnisse zeigen auf, dass es eine Verbindung zwischen Konsumverhalten, Geschmack, Ernährung und dem sozioökonomischen Status gibt.

Diese Masterarbeit widmet sich dem Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln und untersucht zudem, auf welche Weise der sozioökonomische Status Einfluss auf dieses Verständnis nimmt. Studien, die das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln gemeinsam mit dem Einfluss des sozioökonomischen Status untersuchen, sind jedoch limitiert. In dem bisherigen Stand der Forschung liegt der Schwerpunkt oft auf ausgewählten Lebensmitteln und unterschiedlichen Untersuchungsorten. Zusätzlich wird das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln oft anhand des Konsum-/Kaufverhaltens abgeleitet, obwohl diese beiden Aspekte nicht zwangsläufig zusammenhängen. Basierend auf dem Stand der Forschung ist die Motivation dieser Arbeit, eine umfassende Perspektive auf das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln zu schaffen und sie in Bezug auf den sozioökonomischen Status zu untersuchen, da dieser einen wesentlichen Einfluss auf den Zugang, die Bewertung und die Wahrnehmung nachhaltiger Lebensmittel hat.

2.3 Forschungslücke

Durch die Klimakrise gewinnt der wissenschaftliche Diskurs über Nachhaltigkeit im Hinblick auf Ernährung und Lebensmittel kontinuierlich an Bedeutung. Wie aus dem Forschungsstand hervorgeht, liegt der Schwerpunkt vieler Studien auf dem Konsumverhalten, von welchem anschließend das Verständnis und die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln abgeleitet wird. Jedoch ist dies nicht gleichzusetzen, da Verbraucher*innen eine Vorstellung von nachhaltigen Lebensmitteln haben können, diese allerdings nicht zwangsläufig kaufen oder konsumieren. Es zeigt zudem eine Forschungslücke auf, da die Wahrnehmung von nachhaltigen

Lebensmitteln häufig vom Kaufverhalten abgeleitet, jedoch selten isoliert betrachtet wird. Auch der Einfluss des sozioökonomischen Status auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln wird häufig in Abhängigkeit vom Konsumverhalten und nicht separiert analysiert (Chekima et al., 2016; Figueroa-García et al., 2018). Bei Studien, die untersuchen wie der sozioökonomische Status mit dem Wissen über Klimawandel oder Nachhaltigkeit in Verbindung steht, sind vor allem wissenschaftlich fundierte Fakten im Fokus und nicht die Wahrnehmung im Allgemeinen (Yang et al., 2020).

Ein weiterer Aspekt, der aus dem Forschungsstand hervorgeht ist, dass viele Studien ihren Fokus auf spezifische Produkte legen, wie beispielsweise Bio-Fleisch oder andere fair gehandelte Produkte (Vanhonacker et al., 2013). Aus Studien, die in ihrer Untersuchung den Fokus auf ein spezifisches Produkt gelegt haben, wird anschließend auf die Grundgesamtheit, also nachhaltige Ernährung im Allgemeinen, geschlossen. Das Schließen aus diesen Forschungsergebnissen auf die allgemeine Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln, könnte zu Einschränkungen führen, da das vielseitige Spektrum an nachhaltigen Lebensmitteln dadurch nicht abgedeckt wird. Deshalb wird in dieser Arbeit der Fokus auf nachhaltige Lebensmittel im Allgemeinen gelegt, ohne sich auf ein spezifisches Produkt zu beschränken. Aus dem Forschungsstand geht außerdem hervor, dass die Wechselwirkungen zwischen den Nachhaltigkeitsdimensionen nicht ausreichend berücksichtigt bzw. untersucht wird, die jedoch die Grundlage für ein komplexes Verständnis von Nachhaltigkeit darstellen (Soini & Birkeland, 2014; Steffen et al., 2015).

Wie die angeführten Aspekte aufzeigen, stellt die differenzierte Untersuchung der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln und der Einfluss des sozioökonomischen Status auf diese Wahrnehmung, eine Forschungslücke dar. In dieser Arbeit sollen die Aspekte, die bisher in der Forschung vernachlässigt wurden, wie die gezielte Untersuchung der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln unabhängig von dem Konsum- oder Kaufverhalten, der Untersuchung eines spezifischen Lebensmittels und im Zusammenhang mit dem sozioökonomischen Status, aufgegriffen und untersucht werden (Connor et al., 2022; Darmon & Drewnowski, 2008). Des Weiteren werden die verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen gleichermaßen berücksichtigt, um die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln in ihrer Komplexität analysieren zu können.

3. Konzeptioneller Rahmen

In diesem Kapitel wird der konzeptionelle Rahmen mit den Themen Nachhaltigkeit, nachhaltige Ernährung und nachhaltige Lebensmittel aufgezeigt. Zu Beginn wird der Nachhaltigkeitsbegriff historisch betrachtet, angefangen bei seinen Ursprüngen im 18. Jahrhundert bis hin zu seiner heutigen globalen Bedeutung. Dadurch soll ein Grundverständnis zur Nachhaltigkeitsdebatte geschaffen werden, welches zugleich die Basis für das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln in dieser Arbeit darstellt. Es ist wichtig eine klare Definition von dem Verständnis von Nachhaltigkeit, die als Leitfaden für weitere Analysen fungiert, festzulegen, da der Begriff der Nachhaltigkeit in verschiedenen Kontexten unterschiedlich interpretiert wird (Robinson 2004). In diesen Rahmen werden unterschiedliche Modelle der Dimensionen der Nachhaltigkeit aufgezeigt. Koerbers (2014) Konzept der nachhaltigen Ernährung stellt das Grundverständnis von nachhaltigen Lebensmitteln dar, das dieser Arbeit zugrunde liegt. Des Weiteren wird aufgezeigt, was unter nachhaltigen Lebensmitteln innerhalb der verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit verstanden wird.

3.1 Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit wird das erste Mal in dem Buch „Sylvicultura oeconomica, oder haußwirtschaftliche Nachricht und Natur-mäßige Anweisung zur wilden Baum-Zucht“ (Mumm, 2016, S. 13) von Hannß Carl von Carlowitz im Jahr 1713, umschrieben. In diesem weist er darauf hin, nur so viel Holz zu schlagen, wie auch nachwachsen kann (Mumm, 2016). Der Begriff der Nachhaltigkeit wird erst 1972 in der weltweit ersten Umweltkonferenz in Stockholm (Schweden), weiter konkretisiert (Keating, 1993). 1983 wurde die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung von den Vereinten Nationen gegründet. Aus dieser geht der berühmte Bericht "Our Common Future", besser bekannt als der Brundtland-Bericht, hervor (Pufé, 2017). Dieser Bericht hat das Verständnis von Nachhaltigkeit maßgeblich geprägt. Nachhaltige Entwicklung wird im Brundtland-Bericht als eine „Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können[...]“ (Kleine & Hauff, 2009, S. 7), definiert. In diesem wurden zudem Empfehlungen für eine langfristige Entwicklung, die die Bedürfnisse aller Menschen weltweit erfüllt und dabei die natürliche Umwelt nicht überstrapaziert, formuliert (Pufé, 2017). Er war wegweisend darin, den Begriff der nachhaltigen Entwicklung zu popularisieren und betonte die Verbindung zwischen Umweltschutz, Armutsbekämpfung und Wirtschaftswachstum (Hauff et al., 2018). Aus dem Bericht geht außerdem hervor, dass

die Hauptursachen globaler Umweltprobleme in unverantwortlichem Konsumverhalten im Norden und extremer Armut im Süden liegen (ebd.).

Im Rahmen der Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung (UNCED) in Rio de Janeiro im Jahre 1992 wurde die Agenda21 erarbeitet. Diese stellt ein Arbeitsprogramm dar, das zu einer sozial, wirtschaftlich und ökologisch nachhaltigen Entwicklung beitragen soll (Keating, 1993). Nachhaltige Entwicklung kann nicht auf die ökologische Dimension reduziert werden, sondern stützt sich auf verschiedene Bereiche, wie Politik, Bildung und Wirtschaft (Holfelder, 2018). Haupteinflussfaktoren auf Umweltveränderungen haben laut Agenda 21 Bevölkerung, Konsum und Technologie (Keating, 1993). Hier wird die Relevanz der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln und die damit verbundene Auswirkung auf das Konsumverhalten nochmal deutlich. Die Agenda 21 legt Wert auf die Sicherstellung einer nachhaltigen Entwicklung, indem verschiedene Dimensionen der Nachhaltigkeit berücksichtigt werden sollen (ebd.). Dadurch stellt sie eine der ersten schriftlichen Dokumentationen dar, die mehrere Aspekte der Nachhaltigkeit umfassend beschreiben.

Diese Masterarbeit greift auf die Definition von Nachhaltigkeit aus dem Brundtland-Bericht zurück. Nachhaltigkeit wird in diesem als mehrdimensional betrachtet (Holfelder, 2018). Obwohl Nachhaltigkeit zu Beginn auf die ökologische Dimension reduziert wurde, hat sich das „drei-Säulen-Modell“ der Nachhaltigkeit immer mehr verbreitet (Abbildung 1). Dieses beschreibt Nachhaltigkeit basierend auf der ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimension (Pufé, 2017).



Abbildung 1 "drei Säulen Modell" (Pufe 2017, S.110)

Das Modell der drei Säulen hat sich jedoch weiterentwickelt, da sie nicht isoliert voneinander betrachtet werden konnten, sondern vielmehr miteinander verflochten sind und sich sowohl gegenseitig beeinflussen, als auch voneinander abhängig sind. (Pufé, 2017). Daraus hat sich das Schnittmengenmodell herausgebildet, das durch die Überlappung der Kreise verdeutlicht, dass

es zwischen den Dimensionen enge Verbindungen gibt und ihre Grenzen nicht klar voneinander abgrenzbar sind (Abbildung 2).

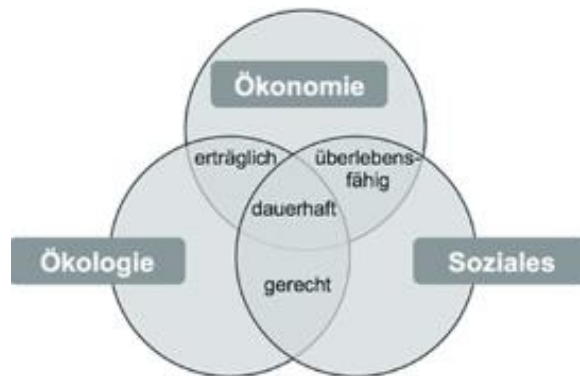


Abbildung 2 "Schnittmengenmodell" (Pufé 2017, S. 112)

Als eine Weiterentwicklung der beiden Modelle ist das Nachhaltigkeitsdreieck entstanden, das die gleichwertige Bedeutung der ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimensionen betont und ihre wechselseitige Abhängigkeit verdeutlicht (Abbildung 3). Ziel ist es, ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen den Bereichen herzustellen, obwohl in der Praxis oft eine Schwerpunktverlagerung in den ökonomischen Bereich erfolgt (Pufé, 2017). Alle drei Modelle haben gemeinsam, dass sie auf der ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimension beruhen, die im Folgenden erklärt werden.

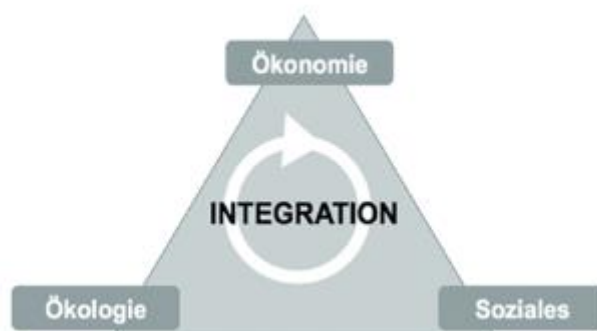


Abbildung 3 "Nachhaltigkeitsdreieck" (Pufé 2017, S. 113)

Damit die Menschheit überlebensfähig ist, ist ein gewisser Naturzustand erforderlich (Kleine & Hauff, 2009). Deshalb beschreibt die ökologische Nachhaltigkeit eine verantwortungsvolle Nutzung natürlicher Ressourcen, um ihre langfristige Erhaltung zu gewährleisten (Kropp, 2019). Durch Umweltschutz, Ressourcenschonung und der Schutz der Artenvielfalt soll der Fokus darauf gerichtet werden von den Erträgen zu leben, anstatt das Naturkapital

aufzubrechen (ebd.). Dadurch soll eine Übernutzung der Natur und ihrer Ressourcen verhindert werden und die Überlebensgrundlage der Menschheit gesichert werden (Kleine & Hauff, 2009).

Die soziale Dimension der Nachhaltigkeit zielt darauf ab, eine gerechte und würdevolle Existenz für alle Menschen sicherzustellen (Hippe & Wirsam, 2023). Dies soll durch die Bekämpfung von Armut, die Gewährleistung von Gesundheit und Bildung sowie Chancengleichheit gefördert werden (ebd.). Bei sozialer Nachhaltigkeit „geht es um die Möglichkeiten oder Fähigkeiten der Menschen, ein Leben so führen zu können, dass die Selbstachtung nicht in Frage gestellt wird [...]“ (Kleine & Hauff, 2009, S. 20). Ein weiterer Aspekt, der soziale Nachhaltigkeit maßgeblich beeinflusst, ist das Sozialkapital, ein Konzept geprägt von Bourdieu, Coleman und Putnam (Kleine & Hauff, 2009). Es beschreibt den Bestand sozialer Netzwerke, Vertrauen und kooperationsfördernder Werte und Normen einer Gesellschaft (Kleine & Hauff, 2009).

Ökonomische Nachhaltigkeit bedeutet in Anbetracht der Zeit eine ausreichende bzw. gewünschte Lebensqualität aufrechtzuerhalten (Kleine & Hauff, 2009). Lebensqualität wird sowohl von materiellen Dimensionen wie Arbeit, Einkommen und Konsum als auch von immateriellen Dimensionen wie Freiheit, sozialer Gerechtigkeit und sozialem Konsens beeinflusst (Kleine & Hauff, 2009). Das kann durch Wirtschaftssysteme, die langfristig innerhalb ökologischer Grenzen bestehen können und kein permanentes unbegrenztes Wachstum erzwingen, sichergestellt werden (ebd.). Auch bei der ökonomischen Nachhaltigkeit ist die Bewertung und Abwägung der Nutzung von natürlichen Ressourcen im Fokus, genauso wie allgemeine wirtschaftspolitische Ziele wie Geldwertstabilität und Vollbeschäftigung (Kropp, 2019).

Eine vierte Dimension, die sich im Gegensatz zu der ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimension nicht gleich zu Beginn und in jedem Forschungsbereich etabliert hat, ist die Dimension der kulturellen Nachhaltigkeit. Dennoch spielt sie eine wichtige Rolle im Kontext der Nachhaltigkeit, weil die Identität der Menschen, ihre Zeichensysteme, Kosmologie und epistemische Rahmen die Art und Weise prägen, wie sie Natur und Umwelt wahrnehmen und verstehen (Nian et al., 2023). Die Wahrnehmung von Nachhaltigkeit und die damit einhergehende Auffassung von nachhaltiger Entwicklung, hängen von der „Produktionskultur“ und der „Konsumkultur“ der Menschen ab und von ihrer Anpassungsfähigkeit an ökologische, sozio-politische und technologische Begebenheiten (ebd.). Die ökologische, ökonomische und

soziale Dimension müssen durch die kulturelle Dimension erweitert werden, um das künftige Wohlergehen und Überleben der Menschheit zu sichern (Chiarini, 2015). Die kulturelle Dimension hat Einfluss auf Beschäftigung, Sozialkapital, Energieeinsparungen und kulturelle Vielfalt (ebd.). Durch das Einbeziehen dieser Dimension können soziale, ökologische und ökonomische Fragen der Nachhaltigkeit vertieft verfolgt werden (ebd.).

3.2 Nachhaltige Ernährung

Ernährungskonsum ist ein großer Bereich, der zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen kann. Eine nachhaltige Ernährung beschreibt eine Ernährungsweise, die die Umwelt kaum bis gering belastet und dazu beiträgt, die Ernährungssicherheit und die Gesundheit heutiger und zukünftiger Generationen zu fördern (Burlingame, 2012). Nachhaltige Ernährung gewährt den Schutz der biologischen Vielfalt und Ökosysteme, ist kulturell akzeptabel und zugänglich, fördert wirtschaftliche Fairness und bezahlbare Preise, entspricht ernährungsphysiologischen Bedürfnissen, gewährleistet Sicherheit und Gesundheit, und strebt eine optimale Nutzung natürlicher und menschlicher Ressourcen an (ebd.). Des Weiteren soll nachhaltige Ernährung alle Formen von Fehlernährung wie Unterernährung, Mikronährstoffmangel, Übergewicht und Fettleibigkeit verhindern und das Risiko ernährungsbedingter nicht übertragbarer Krankheiten verringern (FAO, 2019).



Abbildung 4 Fünf Dimensionen der Nachhaltigkeit (Koerber 2014, S. 263)

Die vier Dimensionen, ökologisch, ökonomisch, sozial und kulturell, der Nachhaltigkeit werden von Koerber (2014) wie in Abbildung 4 deutlich wird durch eine weitere Dimension ergänzt, die gesundheitliche. Hinzu kommt, dass er die fünf Dimensionen auf die Ernährung

anwendet, was sein Konzept für diese Masterarbeit relevant macht. Im Rahmen der ökologischen Nachhaltigkeit nennt er die Dimension Umwelt, die sich insbesondere durch die ökologische Verträglichkeit der Nahrungsversorgung und die Bedeutung des ökologischen Fußabdrucks zeigt, welcher darauf hinweist, dass die biologische produktive Fläche durch die Menschheit stärker genutzt wird, als sie ertragen kann (Koerber, 2014). Der Fußabdruck reicht allerdings nicht aus, um nachhaltige Ernährung zu messen (Braun, 2015). Um einen exakten Grad der nachhaltigen Ernährung feststellen zu können, müsste zudem Wasser, Klima und Biodiversität berücksichtigt werden und der gesamte Lebenszyklus eines Produkts (ebd.).

Im Rahmen der sozialen Nachhaltigkeit spricht Koerber (2014) von der Dimension Gesellschaft, unter dieser ordnet er die sozialen Auswirkungen des Ernährungssystems sowie die Fairness in Arbeitsbedingungen an. Ein Beispiel dafür sieht Koerber in dem hohen Fleischkonsum in Deutschland, welcher dazu führt, dass Deutsche mehr von der weltweit produzierten Nahrungsmenge zu sich nehmen, als ihnen nach der gerechten Verteilung zustehen würde (Koerber, 2014, S. 269). Durch das Beispiel wird deutlich, dass das Welternährungsproblem primär nicht auf einer geringen Lebensmittelproduktion beruht, sondern auf einer ungleichen Verteilung (ebd.). Diese Ungleichheit betrifft nicht nur Lebensmittel, sondern auch deren Qualität, da auch diese ungleich verteilt ist (Braun, 2015). In Regionen mit schlechterem Zugang zu hochwertigen Lebensmitteln führt dies oft zu einer unausgewogenen Ernährung, was sich wiederum negativ auf die Gesundheit der dort ansässigen Bevölkerung auswirkt (ebd.).

Unter der ökonomischen Dimension der Nachhaltigkeit versteht Koerber globale wirtschaftliche Handelsbedingungen und faire Handelsbeziehungen (2014). Niedrige Verbraucherpreise haben die Folge, dass viele Landwirt*innen und Händler*innen nicht mehr rentabel arbeiten können (Braun, 2015). Diese Entwicklung wird durch eine Agrarpolitik verstärkt, die die Rationalisierung und Konzentration der Landwirtschaft sowie der Verarbeitungsbetriebe und Lebensmittelhandels fördert und es kleineren und mittleren Betrieben zunehmend schwer macht, wirtschaftlich zu konkurrieren. Zudem spiegeln die Lebensmittelpreise oft nicht die „tatsächlichen“ Produktionskosten wider (Koerber, 2014). So zählen bäuerliche Familien zu einer Bevölkerungsgruppe, die am meisten von Ernährungsunsicherheit betroffen ist (Braun, 2015). Hinsichtlich der ökonomischen Nachhaltigkeit ist es wichtig, die Märkte, Handelsströme und Preise zu betrachten. Der Nettoimportbedarf wird zunehmend durch Nordamerika, Südamerika und Australien gedeckt, während Europa, Asien, der Mittlere Osten und Afrika Nettoimporteure von Nahrungsmitteln

sind, was eine Anpassung des Konsums und/oder eine Steigerung der Produktivität in Westeuropa erforderlich macht (ebd.).

Koerber ergänzt die ökologische, soziale und ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit außerdem noch durch die gesundheitliche und kulturelle Dimension. „Eine Nachhaltige Ernährung soll nicht nur ökologische, ökonomische und soziale Erfordernisse erfüllen, sondern auch unsere Gesundheit erhalten sowie den Genuss beim Essen fördern [...]“ (Koerber, 2014, S. 269). Bei der gesundheitlichen Dimension der Nachhaltigkeit steht die Prävention ernährungsbedingter Krankheiten im Fokus (ebd.). Ziel ist es durch eine nährstoffreiche und ausgewogene Ernährung die Lebensqualität zu steigern und dadurch die langfristige Gesundheit zu sichern (ebd.).

Unter der kulturelle Dimension der Nachhaltigkeit versteht Koerber (2014) eine Ernährungskultur, die auf nachhaltigen Werten basiert und Orientierung bietet, um verantwortungsbewusste Entscheidungen zu treffen. Ernährung kann als Mittel zum Ausdruck von Tradition und sozialer Identität dienen (ebd.). Ziel ist es die Vielfalt traditioneller Ernährungskultur zu wahren und mit ressourcenschonender und zukunftsfähiger Ernährung in Einklang zu bringen (ebd.). Sie unterstützt eine nachhaltige Entwicklung auf sozialer, ökologischer, ökonomischer und gesundheitlicher Ebene, indem sie verantwortungsvolles Handeln mit einem guten Gewissen und Genuss verbindet (Koerber, 2014).

3.3 Nachhaltige Lebensmittel

Eine nachhaltige Ernährung bedeutet auch nachhaltig produzierte Lebensmittel zu konsumieren. Nachhaltige Lebensmittel umfassen Dimensionen wie Gesundheit, Soziales, Umwelt und Tierwohl (WBAE, 2020). Im Folgenden werden die verschiedenen Dimensionen erklärt und spezifische Lebensmittel genannt die zu einer nachhaltigen Ernährung beitragen.

Unter der sozialen Dimension wird ein sozialer Mindeststandard entlang der Wertschöpfungsketten verstanden (WBAE, 2020). Direkt umsetzbar ist dieser Aspekt durch den Kauf von Lebensmitteln, die mit einem Bio- oder Fairtrade-Label ausgezeichnet sind, da diese für eine faire Wertschöpfungskette stehen (ebd.). Hinzu kommt, dass der Wissenschaftliche Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz (WBAE, 2020) empfiehlt, als Gemeinschaft zu kochen und zu essen, da so mehrere Bereiche des sozialen Raums abgedeckt und gefördert werden. Das gemeinsame Kochen und der Verzehr von Speisen fördern den sozialen Zusammenhalt und das Bewusstsein von nachhaltigen

Lebensmittelpraktiken (Lautenschlager & Smith, 2007). Ein weiterer Aspekt der gesundheitlichen Dimension von nachhaltigen Lebensmitteln ist, dass gemeinsames Essen ein Zugehörigkeitsgefühl vermittelt und dadurch das psychische Wohlbefinden stärkt (Fulkerson et al., 2008).

Im Hinblick auf die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit soll vor allem die Auswahl von Lebensmitteln, wie Fleisch und tierische Produkte, reduziert werden (WBAE, 2020). Lebensmittel tierischen Ursprungs sind mit großen Umweltauswirkungen verbunden, dazu gehören die hohe Ressourcenintensität in Bezug auf Land, Wasser und Futtermittelproduktion, die Entwaldung zur Schaffung von Weideland und Anbauflächen für Futtermittel, die Treibhausgasemissionen aus der Tierhaltung sowie die Verschmutzung von Gewässern durch Gülle und Pestizide (Ermann et al., 2018; Jungmichel et al., 2020). Durch die Weidehaltung und Futtermittelproduktion, die in etwa 77 % der landwirtschaftlich genutzten Fläche beansprucht, gehen wertvolle Flächen zur Sicherung der planetarischen Gesundheit und eines nachhaltigen Ernährungssystems verloren (Idowu & Schmidpeter, 2022). Zum Schutz der Ökosysteme soll vor allem im Hinblick auf Fleisch und Fisch darauf geachtet werden, dass es nicht zu einer Überfischung und Übernutzung kommt (FAO, 2019). Ein weiterer Aspekt der nachhaltige Lebensmittel prägt, ist der Fokus auf regionale Produkte, da diese im Vergleich zu Produkten mit weiten Transportwegen größtenteils umweltfreundlicher sind (BMEL, 2023). Regionale Lebensmittel sind besonders dann nachhaltig, wenn sie saisonal gekauft und verzehrt werden (Ermann et al., 2018). Eine „[...]pflanzenbetonte, bedarfsgerechte Ernährungsweise mit der Bevorzugung von saisonal erzeugten sowie gering verarbeiteten Lebensmitteln [...]“ (BMEL, 2023, S. 6) gehört zu einem nachhaltigen Lebensstil, der sowohl die eigene Gesundheit, als auch Klima und Umwelt schützt. Im Hinblick auf Umweltfreundlichkeit spielt zudem der Verpackungsmüll eine große Rolle, durch dessen Reduktion ein wesentlicher Beitrag zum nachhaltigen Konsum geleistet werden kann (BMEL, 2023).

Unter gesundheitlicher Nachhaltigkeit wird das individuelle Wohlbefinden, ein gesunder Lebensstil und eine höhere Lebenserwartung verstanden (WBAE, 2020). Um einen gesunden Lebensstil führen zu können, wird eine ausgewogene Ernährung empfohlen, die sich auf Lebensmitteln mit günstigen Nährwertprofilen bezieht (ebd.). Darunter wird eine Reduktion des Fleischkonsums, vor allem rotes Fleisch, und ein Verzehr von Obst, Gemüse, Hülsenfrüchte, Körner und Nüsse empfohlen (Dixson-Declève et al., 2022). Diese Verzehrempfehlung trägt sowohl zur gesundheitlichen, als auch zur ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit bei (ebd.). Eine gesunde, nachhaltige Ernährung besteht zudem aus einer

Vielfalt von unverarbeiteten oder minimal verarbeiteten Lebensmitteln und beinhaltet keine bis kaum verarbeitete Lebensmittel (FAO, 2019). Außerdem sollten Krankheitserreger und Toxine in Lebensmitteln vermieden werden, da diese lebensmittelbedingte Krankheiten erzeugen können (ebd.).

Ein weiterer wichtiger Aspekt im Zusammenhang mit nachhaltiger Ernährung ist die Unterstützung des Tierwohls damit Ernährung ethischen Anforderungen gerecht werden kann. Dies zeichnet sich durch das physische und emotionale Wohlbefinden der Tiere und deren artgerechten Haltung aus (Knight et al., 2023). Dies kann zum Einen durch die Auswahl von Produkten mit höheren Tierwohlstandards verbessert werden und zum anderen durch die Reduktion des Konsums tierischer Produkte (WBAE, 2020). Der Umstieg auf eine pflanzenbasierte Ernährung oder der Konsum von Fleisch aus extensiver Landwirtschaft trägt zum Tierwohl bei, weil dadurch weniger Tiere auf größeren Raum gehalten werden können, wodurch natürliche Verhaltensweisen gefördert werden, die wiederum Stress und Krankheiten vorbeugen (Springmann et al., 2018). Durch eine begrenzte Menge an Tieren und artgerechte Haltung kann zudem Antibiotika und verunreinigte Futtermittel vermieden werden (FAO, 2019). Dies trägt sowohl zur Gesundheit von Mensch und Tier, als auch zum Schutz der Umwelt bei.

Zusammenfassend werden nachhaltige Lebensmittel in dieser Arbeit als solche verstanden, die regional und saisonal erzeugt werden, pflanzliche Produkte sind, wenig Verpackungsmüll mit sich bringen, faire Wertschöpfungsketten fördern, wie beispielsweise durch Bio- und Fairtrade-Labels, unverarbeitet sind und das Tierwohl fördern, wenn es sich um tierische Produkte handelt.

Wie aufgezeigt wurde, ist das Verständnis von nachhaltiger Ernährung vielfältig. In dieser Masterarbeit dienen die fünf Dimensionen nachhaltiger Ernährung von Koerber (2014) als Verständnisgrundlage für die empirische Analyse. Die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln soll demnach anhand der ökologischen, ökonomischen, sozialen, kulturellen und gesundheitlichen Dimension untersucht werden. Neben der Untersuchung der verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel wird zudem der Einfluss des sozioökonomischen Status untersucht, welcher auf der theoretischen Grundlage von Bourdieu erforscht und im folgenden Kapitel vorgestellt wird.

4. Theoretische Grundlage

Als theoretische Grundlage wurde die Theorie von Pierre Bourdieu ausgewählt, anhand derer der Einfluss des sozioökonomischen Status auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln untersucht werden soll. In dessen Theorie spielen vor allem der Habitus als internalisierte soziale Strukturen und Praktiken und der soziale Raum als relationaler Raum sozialer Positionen eine wichtige Rolle (Bourdieu & Wacquant, 1996). Um die sozialen Positionen verständlich darstellen zu können wird zudem auf die sozialen Felder und die verschiedenen Formen von Kapital (ökonomisches, soziales, kulturelles) eingegangen (Bourdieu, 1985). Bourdieus Theorie ist deshalb für diese Arbeit relevant, da sich dieser intensiv mit Geschmack, Konsumverhalten und sozialer Ungleichheit auseinandergesetzt hat, was thematisch eng mit dem Forschungsinteresse dieser Arbeit verknüpft ist. Der theoretische Rahmen dient als Grundgerüst zur Untersuchung des Einflusses des sozioökonomischen Status auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln. In den Kapiteln 4.1 und 4.2 werden daher Bourdieus Verständnis von Habitus und Geschmack und sein Konzept des sozialen Raumes und der Klassenpositionen ausführlich dargestellt.

4.1 Habitus und Geschmack

Bourdieu versucht durch die Vermittlung verschiedener Konzepte vereinfachende Vorstellungen von sozialer Ordnung und Ungleichheit in einer Gesellschaft, zu vermeiden und dadurch gegensätzliche Ansichten in der Soziologie zu überwinden. Das Konzept des Habitus spielt dabei eine zentrale Rolle, da es die internalisierten sozialen Strukturen und Praktiken einer Person darstellt und somit zwischen Objektivismus und Subjektivismus vermittelt (Schwingel, 1995). Zugleich betont Bourdieu, dass der Habitus das Produkt objektiv gegebener Bedingungen und unterschiedlich verteilter Ressourcen des Handelns ist (Hepp et al., 2009). Dies führt zu einer Transformation von objektiven Strukturen in subjektive Dispositionen und somit von „Haben“, den verfügbaren Ressourcen, zu „Sein“, den Präferenzen und Orientierungen (ebd.). Habitusformen beschreiben grundlegende Muster, nach denen wir handeln und denken. Sie beeinflussen, wie wir uns verhalten und wie wir die Welt um uns herum wahrnehmen und verstehen (Schwingel, 1995). Es ist ein subtiler Mechanismus, der unser Verhalten und Denken prägt, ohne dass wir uns dessen bewusst sind. Er wirkt nicht nur als inneres Muster, das unsere Handlungen und Einstellungen strukturiert, sondern wird zudem durch unsere Interaktionen mit der Welt um uns herum kontinuierlich strukturiert und weiterentwickelt (Diaz-Bone, 2010). Durch diese Interaktionen können bestehende soziale

Strukturen verstärkt oder neue Strukturen geschaffen werden, während der Habitus gleichzeitig unsere Handlungen und Denkmuster beeinflusst (ebd.).

Ein tieferes Verständnis davon, wie der Habitus wirkt, erfordert eine Betrachtung seiner verschiedenen Aspekte. Die Wahrnehmungsschemata, die unsere alltägliche Wahrnehmung der sozialen Welt strukturieren, nehmen Einfluss darauf wie wir Situationen interpretieren und darauf reagieren (Schwingel, 1995). Unsere Denkschemata, unter denen Bourdieu unsere alltäglichen Theorien und Klassifikationsmuster einordnet, helfen uns dabei, die soziale Welt zu strukturieren und zu interpretieren (ebd.). Sie beeinflussen jedoch nicht nur, wie wir Dinge einordnen und verstehen, sondern bestimmen auch unsere Vorstellungen von richtig und falsch und prägen unseren individuellen Geschmack für kulturelle Dinge und Praktiken (ebd.). Der individuelle Blick auf die Welt und deren individuelle Wahrnehmung und Interpretation wird demnach von den Denkschemata geformt (ebd.). Des Weiteren beeinflussen die Handlungsschemata, wie wir uns in verschiedenen Situationen verhalten und welche Handlungen wir ausführen (ebd.). Diese beiden Aspekte des Habitus sind eng miteinander verbunden und gemeinsam ein komplexes Netzwerk, das unser Verhalten und Denken auf vielfältige Weise beeinflusst.

„Der Habitus bewirkt, daß die Gesamtheit der Praxisformen eines Akteurs (oder einer Gruppe von aus ähnlichen Soziallagen hervorgegangenen Akteuren) als Produkt der Anwendung identischer (oder wechselseitig austauschbarer) Schemata zugleich systematischen Charakter tragen und systematisch unterschieden sind von den konstitutiven Praxisformen eines anderen Lebensstils [...]“ (Bourdieu et al., 1987, S. 278). Dieses Zitat verdeutlicht, dass der Habitus dazu führt, dass die Handlungen einer Person oder einer Gruppe von ähnlichem sozialen Hintergrund auf ähnlichen Mustern beruhen (Bourdieu et al., 1987). Diese Muster sind systematisch und unterscheiden sich deutlich von den Mustern einer anderen Gruppe von Akteur*innen mit einem anderen Lebensstil (ebd.). Sie werden sowohl von Individuen als auch von Kollektiven beeinflusst (Bourdieu, 1987). Des Weiteren beruhen sie auf Schemata, die in der Vergangenheit entstanden sind, in der Gegenwart fortgeführt werden und in der Zukunft weiter bestehen werden (Bourdieu, 1987). Jedes Individuum verfügt über ein psychosomatisches Gedächtnis, in dem frühere Handlungen abgespeichert werden, woraus die Muster hervorgehen und bestehen bleiben (Rehbein, 2006). Individuen lernen, indem sie das Verhalten anderer beobachten und imitieren (ebd.). Die Handlungen werden anschließend durch häufiges imitieren zu einer festen Gewohnheit, die wiederum den Habitus formt (ebd.). Dadurch entwickeln sich je nach sozialem Umfeld unterschiedliche Verhaltensmuster (ebd.).

Die Schemata sind in ihrer Entstehung, Wahrnehmung und Bewertung zwar gleichförmig, passen sich jedoch situativen Gegebenheiten an, was zu Unterscheidungen im Handeln führen kann (Barlösius, 2011).

Der Habitus formt den sozialen Sinn, der zur Orientierung in der sozialen Welt dient und eine Vorstellung von adäquatem Handeln vermittelt (Schwingel, 1995). Darunter versteht er neben den klassischen fünf Sinnen außerdem Orientierungs- und Wirklichkeitssinn, das moralische Bewusstsein für Verantwortung, Verpflichtung und Pflicht, den religiösen und ästhetischen Sinn und den Sinn für Humor (ebd.). Der soziale Sinn hat neben den kognitiven Eigenschaften zudem Einfluss auf den menschlichen Körper und dessen Formung, indem er Körperhaltung und -bewegung steuert (ebd.). Auch die Art zu sprechen wird vom Habitus beeinflusst (ebd.). So entsteht der individuelle Geschmack, der neben dem Sinn für Ästhetik, auch durch das gesellschaftliche Einordnen, Wahrnehmen und Beurteilen geprägt wird (Rehbein, 2016). Diese Vorstellungen haben ihren Ursprung in unserer körperlichen Erfahrung und werden durch kulturelle Einflüsse geformt, was wiederum die enge Verbindung von Ethnologie und Soziologie betont (ebd.). Der Geschmack beeinflusst den Sinn für Schönheit und Qualität und befähigt jedes Individuum Dinge als gut oder schlecht, schön oder hässlich einzuordnen (ebd.). Der Habitus äußert sich also im persönlichen Geschmack und Lebensstil (Fröhlich, 2009). Der Geschmack stellt außerdem die Grundlage zur Distinktion dar (Bourdieu et al., 1987). Das bedeutet, dass durch den Geschmack die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Klasse und damit auch die Abgrenzung zu einer anderen Klasse vermittelt werden soll (ebd.).

Bourdieu betont zudem die Rolle des unbewussten Handelns und bezieht sich dabei auf Leibniz, ein deutscher Philosoph des 17. Jahrhunderts, der feststellt, dass der Mensch zu drei Vierteln automatisiert handelt (Rehbein, 2006). Im Habitus verbinden sich also kognitive, bewertende und motorische Schemata zu einem systematischen Grundgerüst für soziale Handlungen (Schwingel, 1995).

4.2 Sozialer Raum, soziale Felder und Klassenpositionen

Der Habitus ist eingebettet in den sozialen Raum und lässt sich nur durch ein besseres Verständnis für die Umwelt, in der die Menschen leben, interpretieren. Die soziale Welt ist ein mehrdimensionaler Raum, der durch die Gesamtheit der vorhandenen Eigenschaften/Merkmale geprägt ist (Bourdieu, 1985). In diesem Kontext werden Akteure oder Gruppen von Akteuren durch ihre relative Position innerhalb dieses Raumes definiert (ebd.). Der Raum entsteht aus

dem Prozess der gegenseitigen Positionierung von Gegenständen und Menschen, die miteinander in Beziehung stehen und darüber ihre Position bestimmen (Barlösius, 2011). Die genannten Eigenschaften, über die ein Mensch verfügt, sind dessen Kapital, welches wiederum seine/ ihre Position in der Sozialstruktur prägt (Rehbein, 2006). Die effektive Nutzung von Kapital, die Anpassung an Markttrends und die Fähigkeit, gesellschaftliche Entwicklungen mitzugestalten, hängen von der sozialen Herkunft und dem beruflichen Werdegang ab (ebd.).

Das Kapital ist ein wesentlicher Begriff in Bourdieus Theorien, das er als akkumulierte Arbeit definiert, die sich als inkorporierte oder materielle Form widerspiegelt (Rehbein, 2006). Diese Unterscheidung verschiedener Kapitalsorten steht in direktem Zusammenhang mit Bourdieus Konzept der Felder (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Der Habitus findet nicht in einem unorganisierten neutralen Raum statt, sondern innerhalb eines strukturierten Rahmens, den Bourdieu als Feld betitelt (Schwingel, 1995). Die unterschiedlichen Arten von Kapital bieten Möglichkeiten zur Abgrenzung der Felder voneinander und prägen damit die Dynamik und die Positionierung der Akteur*innen innerhalb dieser Felder (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Jedes Feld folgt seiner eigenen Logik und ist in Bezug auf die Habitusformen unabhängig (Rehbein, 2006). Das Feld der Politik, der Schule, der Kultur, der Ökonomie, der Religion und noch weitere Felder bezeichnet Bourdieu als allgemeine Felder, aus welchen Unterfelder, durch spezialisierten Kontext, hervorgehen (Papilloud, 2003). Die sozialen Praxismöglichkeiten der Akteur*innen sind durch den Habitus, also den verinnerlichten Grenzen und den Strukturverhältnissen der sozialen Felder eingeschränkt (Schwingel, 1995). Das Feld ist eine Konfiguration aus objektiven Relationen zwischen den sozialen Positionen (Barlösius, 2011). Innerhalb der Felder herrscht ein Konkurrenzkampf zwischen den Akteur*innen, weshalb Bourdieu auch von Kräftefeldern spricht (Rehbein, 2006). Die soziale Position beschreibt dabei den Einfluss den unterschiedliche Akteur*innen auf das Feld haben, um ihr persönliches Interesse zu vertreten (ebd.). Jeder/Jede AkteurIn strebt danach, die beste Position auf dem Feld zu erlangen, wofür er/sie auf alle Ressourcen zurückgreift, die er/sie besitzt und die auf dem Feld Gewichtung haben (ebd.). Jedes Feld zeichnet sich durch seine eigenen Regeln und Werte aus (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Auch die Ziele und die Wertigkeit und der Einsatz von Ressourcen unterscheidet sich von Feld zu Feld (ebd.).

Bourdieu sieht das Feld als eine Art Spielraum an, in dem unterschiedliche Spielregeln vorherrschen. Die Akteur*innen haben die Möglichkeit ihre Position innerhalb des Feldes durch zwei unterschiedliche Strategien zu verändern oder zu erhalten (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Als erste Strategie beschreibt Bourdieu die Möglichkeit, innerhalb der eingespielten

Regeln Kapital zu vermehren oder zu erhalten (ebd.). Die zweite Strategie zeichnet sich dadurch aus, die Spielregeln zu ihren Gunsten zu verändern, indem sie beispielsweise Wechselkurse zwischen den Kapitalsorten umwerten (ebd.). So verfügen Akteur*innen, die im gleichen Feld aktiv sind, über eine unterschiedliche Verteilung und Volumen der Kapitalsorten, die Bourdieu auch als „Trümpfe“ bezeichnet (Barlösius, 2011). Die verschiedenen Kapitalarten repräsentieren die erforderlichen Ressourcen, um am Spiel teilnehmen zu können (ebd.). Der Feld spezifische Glaube der von allen im Feld aktiven Akteur*innen geteilt wird, nennt Bourdieu „Illusio“ (Rehbein, 2006). Dieser stellt die Grundlage, also den Glauben an die Sinnhaftigkeit eines jeden Spieles innerhalb des Feldes, dar (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Die „Illusio“ stellt somit die Anerkennung der Spielregeln durch alle im Feld Aktiven dar (Barlösius, 2011). Ein Feld ist dynamisch und wird durch andauernde Kämpfe verändert (Rehbein, 2006). Das bedeutet, dass die Struktur des Feldes vom Stand der Machtverhältnisse zwischen den Spieler*innen bestimmt wird (Bourdieu & Wacquant, 1996). Die relative Stärke eines/ einer AkteurIn in einem Feld zeichnet sich durch dessen/deren Kapitalvolumen und -struktur und seiner/ ihrer ausgewählten Strategie aus (ebd.). Die Grenzen eines Feldes sieht Bourdieu dort, wo die Feldeffekte keinen Einfluss mehr haben (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Akteur*innen sind in mehreren unterschiedlichen Feldern aktiv. Der Zutritt zu einem Feld wird anhand einer bestimmten Zusammensetzung seiner/ ihrer Kapitalsorten und dem entsprechenden Volumen gewährt (Bourdieu & Wacquant, 1996). Des Weiteren können Akteur*innen auch in ein Feld hineingeboren werden, wodurch sie gegenüber anderen Aktiven im gleichen Feld einen Vorteil erhalten, da sie ein besseres Verständnis der Dynamik und der Spielregeln vorweisen (ebd.).

Die soziale Realität weist eine Dualität auf, da sie sowohl in den Köpfen, in Form des Habitus, als auch in den Dingen, in Gestalt der Felder existiert (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Die Strukturierung des sozialen Raums lässt sich weder durch die gesonderte Betrachtung des Habitus, noch durch die reine Auseinandersetzung mit dem Feld erschließen (Barlösius, 2011). Um den sozialen Raum und seine Strukturen zu verstehen, müssen beide Konzepte betrachtet werden (ebd.). Durch den Habitus erklärt Bourdieu Struktur und Handlungsweisen der Akteure. Macht- und Positionskämpfe werden durch das Feldkonzept sichtbar (ebd.). Die Grundlage, auf der beide Konzepte beruhen, sind die verschiedenen Kapitalarten, die die Ressourcen, die „Trümpfe“, der Akteur*innen darstellen.

Bourdieu unterscheidet drei grundlegende Formen, das ökonomische, kulturelle und soziale Kapital (Bourdieu & Wacquant, 1996). Als Viertes nennt er das symbolische Kapital (ebd.).

Das ökonomische Kapital zeichnet sich durch materielle Besitztümer aus (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Sie können durch Geld getauscht werden, sofern eine Gesellschaft mit einem entwickelten Markt vorherrscht (ebd.). Es stellt außerdem die Grundlage für die anderen Kapitalformen dar und ist laut Bourdieu das wichtigste (ebd.). Eigentumsrechte können durch das ökonomische Kapital institutionalisiert werden (Barlösius, 2011). Das kulturelle Kapital, auch bekannt als Informationskapital, kann in drei Formen auftreten, inkorporiert, objektiviert und institutionalisiert (Bourdieu & Wacquant, 1996). Die objektivierte Form des kulturellen Kapitals spiegelt sich in Kunstwerken, Büchern, Bildern und technischen Instrumenten wider (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Diese Form des kulturellen Kapitals kann für Geld eingetauscht werden, ist also leicht in ökonomisches Kapital umwandelbar (ebd.). Die inkorporierte Gestalt des kulturellen Kapitals stellt die Bildung dar, also die kulturelle Kompetenz eines/einer AkteurIn (ebd.). Diese Form kann im Gegensatz zum objektivierten kulturellen Kapital nicht direkt in ökonomisches Kapital umgewandelt werden (ebd.). Abschlusszeugnisse und Bildungstitel stellen die institutionalisierte Form des kulturellen Kapitals dar (ebd.). Diese Titel und Auszeichnungen können zu einer gut bezahlten beruflichen Position führen, wodurch es zu ökonomischem Kapital führt.

Das soziale Kapital zeichnet sich durch ein Netzwerk an Beziehungen aus, wie zum Beispiel zu Verwandtschaft, Freund*innen oder beruflichen Partner*innen (Papilloud, 2003). Auch Mitgliedschaften in diversen Gruppen, Organisationen, Berufsverbänden oder Klubs gehören zum sozialen Kapital dazu (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Es charakterisiert sich durch „[...] die Summe allen Kapitals und aller Macht, die über ein solches Netz mobilisierbar sind“ (Bourdieu & Wacquant, 1996, S. 152). Es bietet den Akteur*innen die Möglichkeit, Ratschläge, Hilfsleistungen und Wissen von anderen zu beziehen (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Das Sozialgeflecht bedarf zeitintensiver Pflege und kann nicht durch Institutionalisierung erhalten werden (ebd.). Das soziale Kapital sichert die Chancen, ökonomisches und kulturelles Kapital eines Individuums, zu erhalten oder zu vermehren (ebd.).

Die vierte Kapitalform grenzt sich von den drei Grundformen ab. Im Gegensatz zum ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapital, wird das symbolische Kapital nicht durch akkumulierte Arbeit definiert (Barlösius, 2011). Anders als die drei grundlegenden Kapitalformen, dient das symbolische Kapital dazu, die andern Kapitalarten zu legitimieren (ebd.). So kann jede Kapitalart zu symbolischem Kapital umgewandelt werden, indem es als selbstverständlich angesehen und anerkannt wird (ebd.). Eine der drei Kapitalarten wird dann zum symbolischen Kapital umgewandelt, wenn eine Verteilung und Struktur so stark in den

Wahrnehmungs- und Bewertungsmustern gefestigt ist, dass sie als selbstverständlich angesehen wird (ebd.). Das ermächtigt das symbolische Kapital bestehende Machtverhältnisse und -strukturen zu legitimieren (ebd.). Die unterschiedlichen Kapitalarten lassen sich, basierend auf unterschiedlichen Wechselkursen, ineinander konvertieren (Papilloud, 2003). Des Weiteren kann das Volumen einer Kapitalart dazu beitragen, dass eine andere Kapitalform angehäuft werden kann (ebd.). So haben Akteur*innen mit einem großen Anteil an ökonomischen Kapital höhere Chancen ihr kulturelles Kapital zu vermehren, als Akteur*innen mit geringem ökonomischem Kapital (ebd.). Darüber hinaus ist der unterschiedliche Anteil an Kapitalsorten eines/einer AkteurIn nicht gleichzusetzen mit dem Habitus. So können zwei Akteur*innen einen unterschiedlichen Habitus vorweisen, obwohl sie die gleiche Struktur und das gleiche Volumen an Kapitalformen besitzen (ebd.). Der Habitus ist im Kontext der spezifischen Felder mit dem „Spielsinn“ gleichzusetzen (ebd.).

Die Kräftefelder, die durch die Struktur und Volumen von Kapitalarten verschiedener Akteur*innen geprägt sind und der Habitus, finden im sozialen Raum statt. Der Raum wird durch die Kapitalarten konstruiert, die ihn zu einem Kräftefeld machen, das auf alle darin Aktiven wirkt (Bourdieu, 1985). Dabei lassen sich diese Kräfteverhältnisse jedoch nicht unmittelbar auf individuelle Absichten oder direkte Interaktionen zurückführen (ebd.). Die Konstruktion des sozialen Raums beschreibt Bourdieu anhand einer vertikalen und einer horizontalen Achse (Schwingel, 1995). Diese Achsen beruhen auf dem Kapitalvolumen, der Kapitalstruktur und der sozialen Laufbahn (ebd.). Die Kapitalstruktur definiert sich durch die Kapitalsorte die bei einem/einer AkteurIn oder einer Akteur*innen Gruppe überwiegt (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Der Umfang an Besitztum von ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapital wird unter dem Begriff Kapitalvolumen verstanden (Schwingel, 1995). Die soziale Laufbahn bezieht sich auf eine Klasse und zeigt sich in deren sozialen Auf- oder Abstieg (ebd.).

Unter Klasse versteht Bourdieu eine soziale Gruppe, die durch Habitus, Feld und Kapital geprägt wird (Rehbein, 2006). Er unterscheidet unter drei Grundklassen, die herrschende, die mittlere und die beherrschte Klasse (Fuchs-Heinritz & König, 2014). Die herrschende Klasse setzt sich aus den Unternehmer*innen, die viel ökonomisches und wenig kulturelles Kapital besitzen, und den Intellektuellen, die über wenig ökonomisches, dafür viel kulturelles Kapital verfügen, zusammen (ebd.). Die Mittelklasse setzt sich aus dem absteigenden, neuen und exekutiven Kleinbürgertum zusammen (ebd.). Als dritte Klasse versteht Bourdieu, die

Volksklasse, die sich durch einen geringen Anteil an ökonomischen und kulturellen Kapital auszeichnet (ebd.).

Die horizontale Achse zeichnet sich dadurch aus, dass alle Beteiligten eine vergleichbare Gesamtmenge an Kapital besitzen, wobei sich lediglich die Zusammensetzung unterscheidet (Rehbein, 2006). Im Fokus stehen vor allem das ökonomische und das kulturelle Kapital. Die vertikale Achse zeigt das Gesamtvolumen an Kapital an (ebd.). Lehrpersonen und Unternehmer*innen können sich beide auf einer ähnlichen vertikalen Position finden, da sie einer Grundklasse zugeordnet werden können, unterscheiden sich jedoch in der Zusammensetzung ihrer Kapitalarten und damit in ihrer horizontalen Position. Bourdieu beschreibt dies als sozialen Raum der Positionen, jedoch existiert zusätzlich noch der Raum der Lebensstile (Schwingel, 1995). Dieser geht über den Besitz von kulturellem und ökonomischem Kapital hinaus und bezieht sich auf symbolische Merkmale der Lebensführung, die sich durch Wahrnehmung, ästhetische Präferenzen und Wahlpräferenzen auszeichnen (ebd.). Die soziale Position eines/einer AkteurIn geht aus der Wechselbeziehung beider Räume hervor (ebd.).

Bourdieu's Theorie stellt die theoretische Grundlage für diese Masterarbeit dar, da die Interaktion von Habitus, Feldern und Kapitalarten eine komplexe Betrachtung der sozialen Realität abbildet. Unter dem Habitus versteht Bourdieu die internalisierten Strukturen und Verhaltensweisen eines Individuums, während er die sozialen Felder als strukturiertes Umfeld darstellt, in dem sich Akteur*innen positionieren und handeln. Die Handlungsmöglichkeiten und die Positionierung im sozialen Feld werden durch die Ressourcen an ökonomischem, kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital ermöglicht. In Bourdieu's Theorie wird die Interaktion zwischen individuellen Wahrnehmungen und sozialen Strukturen behandelt, die in dieser Masterarbeit anhand des Einflusses des sozioökonomischen Status untersucht werden sollen. Da die Kapitalsorten die Position im sozialen Raum bestimmen und dadurch der Habitus geformt wird, sind diese wesentlicher Bestandteil der empirischen Untersuchung. Es soll analysiert werden, wie das soziale, ökonomische und kulturelle Kapital das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln prägt.

6. Forschungsfragen und Hypothesen

In dieser Masterarbeit werden die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln und deren Beeinflussung durch den sozioökonomischen Status analysiert. Durch die Untersuchung der Wahrnehmung unterschiedlicher sozioökonomischer Gruppen im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel sollen im Kontext des wissenschaftlichen Diskurses über Lebensmittel neue Erkenntnisse gewonnen werden, die zum Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln beitragen sollen. In diesem Zusammenhang werden drei zentrale Forschungsfragen formuliert:

1. „Welche Dimensionen der Nachhaltigkeit werden am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert?“
2. „Hat der sozioökonomische Status Einfluss auf das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln?“
3. „Welchen Einfluss haben das ökonomische, soziale und kulturelle Kapital auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel?“

Wie in Kapitel 3 dargestellt, beruht das Verständnis von Nachhaltigkeit auf verschiedenen Dimensionen. Im Kontext von nachhaltigen Lebensmitteln und Ernährung bilden sich fünf Dimensionen heraus, die ökologische, ökonomische, soziale, kulturelle und gesundheitliche Dimension (Koerber, 2014). Die Nachhaltigkeitsdimensionen können nicht strikt voneinander abgegrenzt werden, da sie sich überschneiden und gegenseitig beeinflussen (Pufé, 2017). Alle fünf Dimensionen tragen gleichermaßen zu einer nachhaltigen Entwicklung bei (Koerber, 2014). Daraus hat sich die erste Forschungsfrage entwickelt, die analysiert, ob die Wahrnehmung der Verbraucher*innen, so wie der wissenschaftliche Diskurs, alle Dimensionen im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel als gleichwertig einschätzen oder eine Dimension häufiger damit verbinden. Die Forschungsfrage wird durch den Forschungsstand gestützt, aus dem hervorgeht, dass Verbraucher*innen die ökologische Dimension am häufigsten mit Nachhaltigkeit assoziieren (Béné et al., 2019; BMEL, 2023; Hanss & Böhm, 2012). Aus dieser Erkenntnis geht im Rahmen der ersten Forschungsfrage die erste Hypothese hervor die besagt, dass die ökologische Dimension am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wird.

Die zweite Forschungsfrage, die sich anhand der Forschungslücke entwickelt hat, wird durch das Theoriegerüst von Bourdieu gestützt. Dieser besagt, dass das Handeln und die Wahrnehmung von Individuen vom Habitus und der Position im sozialen Raum eines jeden Individuums abhängig ist (Bourdieu, 1985). Durch den Habitus, der als internalisierte soziale

Strukturen und Praktiken verstanden werden kann, werden die Wahrnehmung, Denkmuster und Handlungen einer jeden Person gelenkt (ebd.). Die Position im sozialen Raum wird durch das Umfeld in dem ein Individuum aufgewachsen ist und lebt und dessen Ressourcen an sozialen, ökonomischen und kulturellen Kapital bestimmt (Bourdieu et al., 1987). Basierend auf dieser theoretischen Grundlage wurde die zweite Hypothese aufgestellt, die besagt, dass der sozioökonomische Status Einfluss auf das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln hat und einen signifikanten Zusammenhang festgestellt werden kann.

Anknüpfend an die ersten zwei Forschungsfragen geht die dritte Forschungsfrage intensiver auf den Zusammenhang zwischen sozioökonomischem Status und der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln ein. Sie untersucht den Einfluss des sozialen, ökonomischen und kulturellen Kapitals auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel. Ein hoher sozioökonomischer Status setzt sich aus einem großen Volumen an ökonomischen und/oder kulturellen Kapital zusammen (Bourdieu et al., 1987). Hinzu kommt, dass auch ein großer Anteil an sozialem Kapital zu einem höheren sozioökonomischen Status beitragen kann (ebd.). Ein hohes kulturelles Kapital entsteht durch eine große Menge an akkumuliertem Wissen und einem hohen Bildungsstand (Bourdieu, 1985). Dieser Ressourcenanteil an Kapitalsorten kann jedoch verändert werden, da verschiedene Kapitalsorten ineinander umgewandelt werden können. So können Personen mit einem großen Anteil an ökonomischem Kapital dieses in kulturelles Kapital umwandeln (ebd.). Personen mit einem höheren sozioökonomischen Status haben durch ihre Bildung, ihre finanziellen Ressourcen und ihre sozialen Netzwerke ein Umfeld in dem komplexe gesellschaftliche und ethische Fragen thematisiert werden (Bourdieu et al., 1987). Diese Umstände führen dazu, dass sie sich intensiver mit Themen wie soziale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit auseinandersetzen können, wodurch das Verständnis der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit intensiviert wird (ebd.). Basierend auf dieser theoretischen Grundlage, wurde die dritte Hypothese erarbeitet, die besagt, dass je mehr soziales, ökonomisches und kulturelles Kapital eine Person besitzt, desto wichtiger ist für die Person soziale Nachhaltigkeit.

Für diese Masterarbeit wurden drei Forschungsfragen mit jeweils drei Hypothesen aufgestellt. Sie haben sich aus den aufgezeigten Forschungslücken entwickelt und dienen dazu einen Beitrag zum wissenschaftlichen Diskurs von nachhaltigen Lebensmitteln zu leisten. Die Forschungsfragen basieren zum einen auf dem konzeptionellen Rahmen und dem Verständnis von nachhaltiger Ernährung von Koerber (2014) und zum anderen auf der theoretischen Grundlage basierend auf dem Verständnis der Sozialstrukturen nach Bourdieu (1985).

7. Methodik

Für die Untersuchung der Forschungsfrage bieten sich sowohl qualitative als auch quantitative Forschungsmethoden an. Quantitative Forschungsmethoden zeichnen sich vor allem durch einen linearen und stark strukturierten Forschungsprozess aus (Döring, 2023). Im Fokus steht die Überprüfung der Hypothesen, die von der Theorie abgeleitet und anschließend mithilfe standardisierter Erhebungsinstrumente und repräsentativen Stichproben erfasst und statistisch analysiert werden (ebd.). Gegenüber dem quantitativen Forschungsprozess ist die qualitative Sozialforschung nicht so stark strukturiert und beruht auf nicht- oder teil-standardisierten Verfahren, die sich auf Individuen und kleine Samples beziehen (ebd.). Hypothesen werden erst im Laufe der Untersuchung erhoben bzw. daraus abgeleitet (ebd.). Neben der Verwendung von ausschließlich quantitativen und qualitativen Forschungsmethoden gibt es auch die Möglichkeit beide Ansätze zu kombinieren, was auch als Mixed Methode bezeichnet wird (Maier, 2017).

Wie aus dem Forschungsstand in Kapitel 2 hervorgeht, untersuchen die meisten Studien in diesem Themenbereich eine große Stichprobe und arbeiten mit quantitativen Forschungsmethoden. Deshalb wurde auch in dieser Masterarbeit auf eine quantitative Forschungsmethode zurückgegriffen. Sie ermöglicht eine bessere Analyse von großen Mengen an Datensätzen und die Identifikation von statistischen Mustern.

7.1 Methodenauswahl

Für diese Masterarbeit wurde ein quantitativer Forschungsansatz ausgewählt. Die Hypothesen sollen anhand eines Fragebogens überprüft werden. Es wurde auf diese Methode zurückgegriffen, da sie es ermöglicht, viele Menschen in kurzer Zeit zu befragen und somit eine umfangreiche Datenerhebung gewährleistet (Dillman et al., 2015). Ein Fragebogen ermöglicht eine große Stichprobe, also Anzahl an Befragten, was zu einer höheren Generalisierbarkeit der Ergebnisse führt (ebd.). Unter der Generalisierbarkeit wird die Übertragbarkeit der Ergebnisse der Studie auf die gesamte Zielpopulation verstanden (Podsakoff et al. 2003). Die ausgewählte Forschungsmethode ermöglicht fundierte und repräsentative Aussagen über den Einfluss des sozioökonomischen Status auf die Wahrnehmung nachhaltiger Lebensmittel zu treffen. Durch eine größere Stichprobe wird zudem Aussagekraft der Arbeit erhöht.

Darüber hinaus können durch eine quantitative Forschungsmethode Korrelationen ermittelt werden (Field, 2018). Das ist für diese Masterarbeit relevant, da der Zusammenhang zwischen sozioökonomischem Status und der Wahrnehmung nachhaltiger Lebensmittel untersucht werden soll. Ein weiterer wichtiger Aspekt, der zur Auswahl des Fragebogens als Forschungsmethode beigetragen hat, ist die Reduktion von sozialer Verzerrungen (Podsakoff et al., 2003). Durch die Anonymität der Befragten kann einer Antwortverzerrung durch soziale Erwünschtheit vorgebeugt werden, wodurch die Validität der erhobenen Daten erhöht wird (ebd.).

7.2 Entwicklung des Fragebogens

Der Fragebogen besteht aus verschiedenen Items, also aus Gruppen von Frage-Antwort-Einheiten, die einem Konzept bzw. einem Merkmal zuzuordnen sind (Kallus, 2016). Die Items gehen aus dem konzeptionellen Rahmen und der theoretischen Grundlage hervor und dienen dazu die Forschungsfragen zu beantworten und die Hypothesen zu überprüfen. Für diese Masterarbeit wurden vier Fragegruppen entwickelt beginnend mit den Einstiegsfragen, die dann zu den Fragen zum Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln, den demographischen Fragen und den Fragen zum sozioökonomischen Status übergehen.

Der Einstieg des Fragebogens besteht aus zwei Fragen, die als „Eisbrecherfragen“ dienen sollen. Es sind Fragen, die alle Befragten leicht beantworten können, weil sie im Alltag Kontakt zu den Themengebieten haben und sie zu der Thematik hinleiten. In diesem Rahmen wurde die Frage gestellt, welcher Aspekt den Befragten bei Lebensmitteln wichtig ist, mit fünf Antwortmöglichkeiten. Als zweite Frage wurde die Wichtigkeit von Nachhaltigkeit für Sie abgefragt.

Anschließend beginnt die Fragegruppe zum Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln. Die Fragen geben den Befragten die Möglichkeit direkt und indirekt die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel zu bewerten. Abgefragt werden die ökonomische, ökologische, soziale, kulturelle und gesundheitliche Dimension (Koerber, 2014). Die Befragten haben bei diesen Fragen die Möglichkeit die Dimensionen im Zusammenhang zu nachhaltigen Lebensmitteln nach Wichtigkeit und Bekanntheit zu ordnen. Hinzu kommt, dass die verschiedenen Dimensionen zuerst durch verschiedene Beispiele repräsentiert werden und erst zuletzt direkt abgefragt werden, sodass die Befragten von den wissenschaftlichen Begriffen nicht beeinflusst werden.

Darauf folgen die demographischen Fragen mit Alter und Geschlecht, die direkt in die nächste Fragenkategorie, in der versucht wird den sozioökonomischen Status zu ermitteln, übergehen. Basierend auf Bourdieus Verständnis vom sozioökonomischen Status wird dieser anhand des Einkommens, der Herkunft und des sozialen Umfeldes ermittelt (Bourdieu & Wacquant, 1996). Fragen zur Herkunft basieren auf dem Bildungsstand der Eltern und der Wohnsituation in der Kindheit/ Jugend. Das soziale Umfeld wird durch das Abfragen von sozialen/ kulturellen Aktivitäten und familiärer und freundschaftlicher Unterstützung bestimmt.

Um den Fragebogen für Befragte attraktiv zu gestalten, wird die Fragedauer auf eine maximale Durchschnittszeit von 10 Minuten begrenzt. Deshalb wurden zur Ermittlung des sozioökonomischen Status nur begrenzt Fragen ausgewählt.

7.3 Pretest, Stichprobe und Umfragestandorte

Nachdem der Fragebogen erstellt wurde, wurde ein Pretest mit zwölf Testpersonen durchgeführt. Die Testpersonen hatten die Aufgabe, den Fragebogen kritisch zu betrachten und Verständnisfragen, Anmerkungen und grammatikalische Fehler zu identifizieren und mitzuteilen. Diese Vorgehensweise dient dazu, den Fragebogen weiterzuentwickeln und zu verbessern. Aufgrund des Feedbacks der Testpersonen wurden einige Fragen überarbeitet, um diese für die Befragten verständlicher zu machen. Zudem wurde eine zusätzliche Frage hinzugefügt, wodurch sich die Anzahl der Fragen von ursprünglich 25 auf 26 erhöht hat.

Nachdem der Pretest abgeschlossen und das Feedback in den Fragebogen eingearbeitet wurde, wurde die Zielstichprobe festgelegt, die für diese Befragung relevant ist. Die Stichprobe beschränkt sich geographisch auf das Stadtgebiet Innsbruck und wurde durch die zufällige Auswahl von Teilnehmer*innen randomisiert. Das bedeutet, dass nur Personen, die in Innsbruck ansässig sind, den Fragebogen ausfüllen dürfen. Bezüglich des Alters gibt es keine Begrenzungen, da dieses zur vielfältigen Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln beitragen kann und deshalb für die Untersuchung interessant ist. Die Befragungen werden an verschiedenen Standorten innerhalb des Stadtgebiets Innsbruck durchgeführt, um eine repräsentative Stichprobe der Innsbrucker Bevölkerung zu gewährleisten. Das ermöglicht das Erreichen von unterschiedlichen sozioökonomischen Gruppen und trägt dazu bei, spezifische regionale Erkenntnisse zu gewinnen. Die sorgfältige Planung und Durchführung des Pretests sowie die präzise Definition der Stichprobe sind entscheidende Schritte, um die Qualität und Aussagekraft der Umfrageergebnisse sicherzustellen (Steiner & Benesch, 2021).

7.4 Durchführung der Umfrage

Die Umfrage wurde in verschiedenen Stadtteilen in Innsbruck durchgeführt. Dabei wurden Passant*innen nach dem Prinzip der Zufallsstichprobe auf der Straße angesprochen. Die Befragten hatten die Möglichkeit sich zu entscheiden, ob sie die Umfrage selbstständig auf einem Tablet ausfüllen wollen oder die Fragen und Antwortmöglichkeiten laut vorgelesen werden und sie daraufhin eine Antwort abgeben. Es wurde außerdem darauf geachtet, dass den Befragten die Möglichkeit gegeben wurde, intime Fragen eigenständig auf dem Tablet zu beantworten, sodass es nicht zu einer Verzerrung durch soziale Erwünschtheit kommt. Es wurde außerdem ein QR-Code generiert, der den Befragten ermöglicht hat, die Befragung auf ihrem Smartphone durchzuführen.

7.5 Datenauswertung mit SPSS

Nachdem die Daten erhoben wurden, wurde der Fragebogen mittels SPSS ausgewertet. Die Auswertung richtet sich nach den drei Forschungsfragen und dient dazu, die aufgestellten Hypothesen (siehe Kapitel 6) zu überprüfen. Dementsprechend gliedert sich die Auswertung in vier Teile. Zu Beginn werden die demographischen Daten, wie Alter, Geschlecht, Bildungsstand und Einkommen, analysiert, um einen Überblick über die Stichprobe zu erhalten. Daraufhin richtet sich die Auswertung nach der ersten Forschungsfrage und analysiert, welche Dimension am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wird. Anschließend wird untersucht, ob der sozioökonomische Status einen Einfluss auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln hat. Für den sozioökonomischen Status wurden Bildungsstand, Einkommen und das Maß an Unterstützung von Familie und Freund*innen verwendet. Diese Variablen wurden im Rahmen der zweiten Forschungsfrage (siehe Kapitel 6) im Zusammenhang mit der Bewertung der verschiedenen Dimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel analysiert. Zuletzt wird das ökonomische, kulturelle und soziale Kapital im Zusammenhang mit der Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel untersucht.

7.5.1 Demographische Daten

Insgesamt haben 114 Teilnehmer*innen den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Von den Befragten ordnen sich 71 Personen (62,3 %) dem Geschlecht weiblich zu und 43 (37,7 %) dem männlichen. Keine der befragten Personen hat eine andere Geschlechtskategorie angegeben.

Wie in Abbildung 5 ersichtlich ist, wurde das Alter durch Altersgruppen abgefragt, wobei jede Altersgruppe vertreten war. Die Mehrheit der Befragten, 61,4 %, reiht sich in die Altersgruppe von 20 bis 35 Jahren ein. Die Altersgruppen 35 bis 50 Jahre und 50 bis 65 Jahre sind mit 17,5 % bzw. 11,4 % vertreten. Unter 20 Jahren waren nur zwei der befragten Personen, während über 65 Jahre insgesamt 9 der Befragten waren.

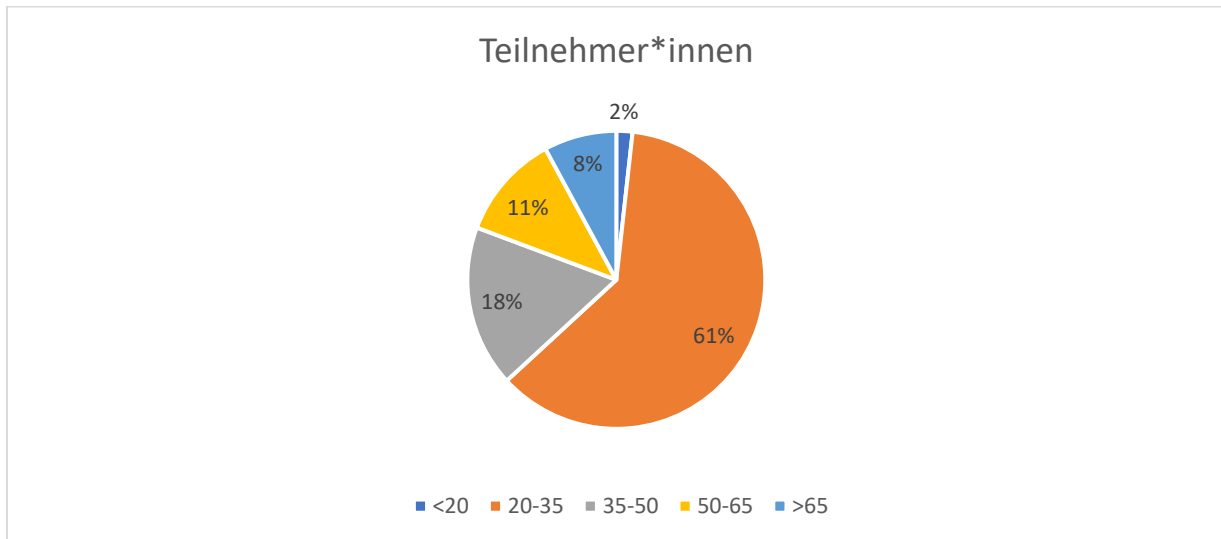


Abbildung 5 Altersgruppen der Umfrageteilnehmer*innen

Wie in der Abbildung 6 deutlich wird, zeigt der Bildungsstand, der für das kulturelle Kapital steht, eine diverse Verteilung auf. 43 % der Befragten verfügen über einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss. Weitere 28,1 % haben die Matura an einer allgemeinbildenden oder berufsbildenden höheren Schule abgeschlossen, während 11,4 % eine berufsbildende mittlere Schule ohne Matura absolviert haben. Bei 14 % der Befragten liegt ein Lehrabschluss vor. Weitere 2,3 % verfügen über einen Pflichtschulabschluss. Die Bildungsabschlüsse wurden auf einer Skala von 1 bis 5 numerisch codiert. Die Werte steigen schrittweise an, beginnend mit dem Pflichtschulabschluss, der mit dem Wert 1 gleichgesetzt wurde, bis hin zum Abschluss einer Universität oder Fachhochschule, die dem Wert 5 entspricht. Für eine weiterführende Analyse wurden die unterschiedlichen Bildungsabschlüsse in zwei Gruppen, „akademisch“ und „nicht akademisch“, zusammengefasst. Zu der Gruppe ohne akademischen Abschluss gehören 57 % der Befragten, während 43 % einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss besitzen.

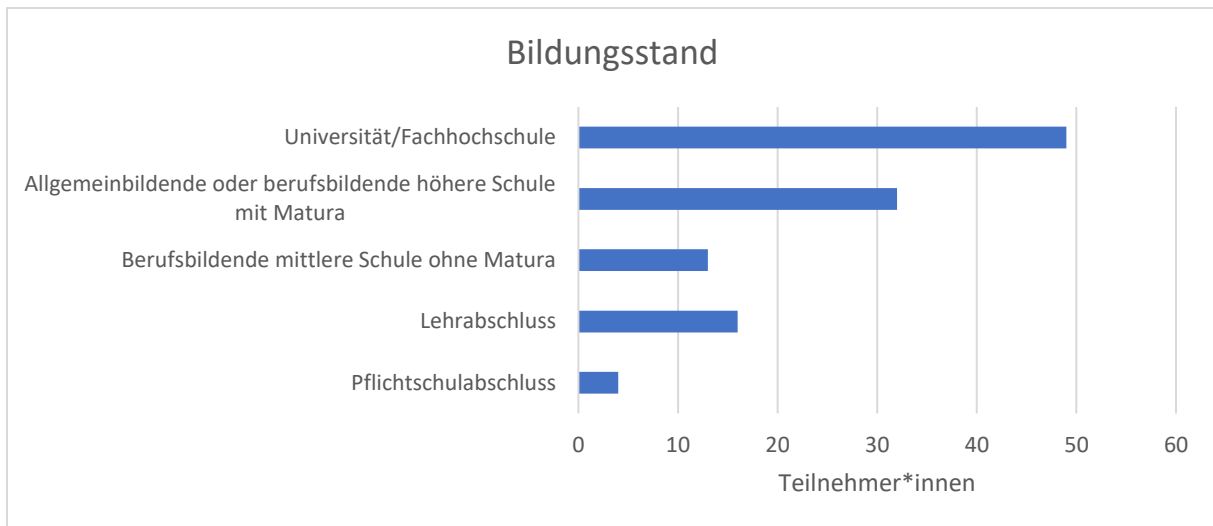


Abbildung 6 Bildungsabschluss der Teilnehmer*innen

Bei der Abfrage der Bildungsabschlüsse spiegelt sich eine ungleiche Verteilung wider, damit ist gemeint, dass die Gruppen unterschiedlich groß sind. So geben nur 16 Personen an einen „Lehrabschluss“, 13 die „berufsbildende mittlere Schule ohne Matura“ und sieben einen „Pflichtschulabschluss“ absolviert zu haben. Aufgrund der geringen Anzahl, die sich diesen drei Bildungsabschlüssen zuordnen, wurden alle Bildungsabschlüsse auf zwei Kategorien zusammengefügt, um eine ähnliche Verteilung zu gewährleisten. Im Sinne von Bourdieu wurden zwei Gruppen ausgewählt, die eine klare Unterscheidung der sozioökonomischen Position ermöglichen (Bourdieu & Wacquant, 1996). Die zwei Gruppen stellen zum einen Personen mit „nicht akademischen“ Bildungsabschluss dar und zum anderen Personen die über eine „akademische“ Ausbildung verfügen. Wie in Abbildung 7 deutlich wird, verteilen sich die Befragten mit 57 % bei der „nicht akademischen“ und 43 % bei der „akademischen“ Kategorie ausgeglichener wie bei den einzelnen Bildungsabschlüssen, was die weiterführende Analyse vereinfacht.

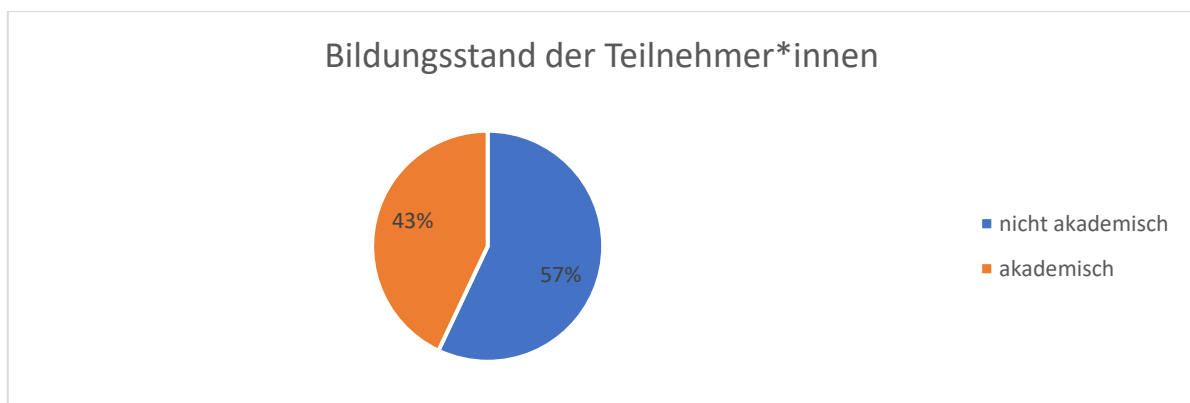


Abbildung 7 Bildungsstand der Teilnehmer*innen

Das Einkommen, das für das ökonomische Kapital steht, wurde in verschiedene Gruppen unterteilt. Die Einkommensgruppe, der sich am meisten der Befragten mit 30,7 % zugeordnet haben, ist die Gruppe mit einem Nettohaushaltseinkommen von „30 000 € - 45 000 €“. Darauf folgen die Einkommensgruppen „15 000 € - 30 000 €“ mit 27,2 %, „45 000 € - 70 000 €“ mit 20,2 % und „<15 000 €“ mit 17,5 %. Die Einkommensgruppe von „> 70 000 €“ ist mit 4,4 % am geringsten vertreten.

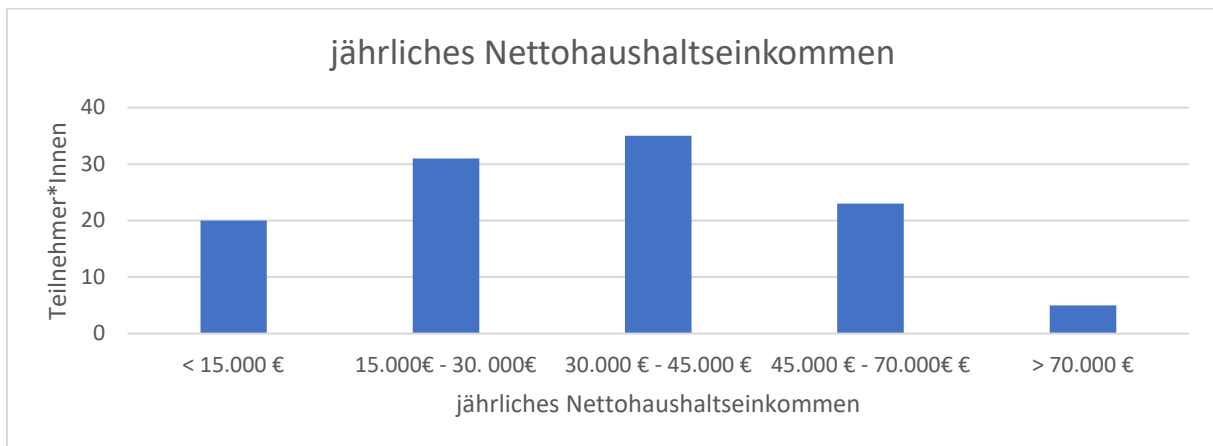


Abbildung 8 jährliches Nettohaushaltseinkommen der Teilnehmer*innen

7.5.2 Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln

Um herauszufinden, wie stark die Befragten die einzelnen Dimensionen der Nachhaltigkeit mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziieren, wurden die verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen sowohl direkt als auch indirekt abgefragt. Die direkte Abfrage der Dimensionen bedeutet, dass die ökologische, ökonomische, soziale, kulturelle und gesundheitliche Dimension der Nachhaltigkeit konkret angesprochen wurde und die Befragten die Möglichkeit hatten anzugeben, wie stark sie diese mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziieren. Zusätzlich wurden die Dimensionen jedoch auch indirekt abgefragt, indem die Dimensionen nicht direkt genannt wurden, sondern Aspekte, die den einzelnen Dimensionen zugeordnet werden können, abgefragt wurden. Beispielsweise wurden für die ökologische Dimension von nachhaltigen Lebensmitteln Aspekte wie „biologisch produzierte Lebensmittel“, „umweltfreundliche Verpackung“ und der „der Kauf von saisonalen und regionalen Produkten“ abgefragt. Die indirekte Abfrage der Bewertung der Nachhaltigkeitsdimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel ermöglicht eine geringere soziale Verzerrung.

Es ist zudem wichtig zu betonen, dass bestimmte Aussagen, die indirekt für die Nachhaltigkeitsdimensionen stehen, mehreren Dimensionen der Nachhaltigkeit zugeordnet werden können. Ein Beispiel dafür ist die „kooperative Landwirtschaft oder Gemeinschaftsgärten“. Dieser Aspekt lässt sich sowohl der kulturellen Dimension zuordnen, da er zur Bewahrung traditioneller Anbaumethoden beiträgt, als auch der sozialen Dimension, weil er die Gemeinschaft stärkt, als auch der ökonomischen Dimension, da er die lokale Landwirtschaft unterstützt. Für die Analyse, welche Dimensionen die Befragten am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziieren, wurde darauf geachtet, indirekte Aspekte auszuwählen, die überwiegend einer Nachhaltigkeitsdimension zugeordnet werden können. Dadurch können explizitere Aussagen über die einzelnen Dimensionen getroffen werden.

Zu Beginn der Umfrage wurden sogenannte „Eisbrecher-Fragen“ gestellt, um die Befragten langsam an das Thema heranzuführen. Deshalb wurde abgefragt, wie wichtig den Befragten Nachhaltigkeit im Allgemeinen ist. 54,4 % der Befragten gaben an, dass Nachhaltigkeit ihnen „eher wichtig“ ist. Weitere 36 % gaben an, dass ihnen Nachhaltigkeit „sehr wichtig“ ist. Nur 8,8 % empfanden Nachhaltigkeit als „etwas wichtig“ und eine Person gab an, dass Nachhaltigkeit für sie „überhaupt nicht wichtig“ ist. Es wurde außerdem eine allgemeine Frage zu Lebensmitteln gestellt, ohne gezielt nach der Nachhaltigkeit zu fragen. Die Antwortmöglichkeiten umfassen Herkunft, Preis, Verpackung und Qualität. Herkunft und Verpackung stehen für die ökologische Dimension, da es hier um Transportwege und den damit verbundenen CO₂-Fußabdruck geht. Der Preis kann sowohl der ökonomischen Dimension, als auch der sozialen Dimension zugeordnet werden. Die Qualität steht überwiegend im Zusammenhang mit der gesundheitlichen Dimension. Wie in Abbildung 9 ersichtlich ist, wurde von den Befragten „Herkunft“ und „Qualität“ mit 85,09 % bzw. 83,33 % am häufigsten als wichtige Kriterien bei Lebensmitteln genannt. 58,7 % erachteten den „Preis“ und 44,74 % die „Verpackung“ als wichtige Faktoren. Zu beachten ist außerdem, dass bei der Frage eine Mehrfachnennung möglich war.

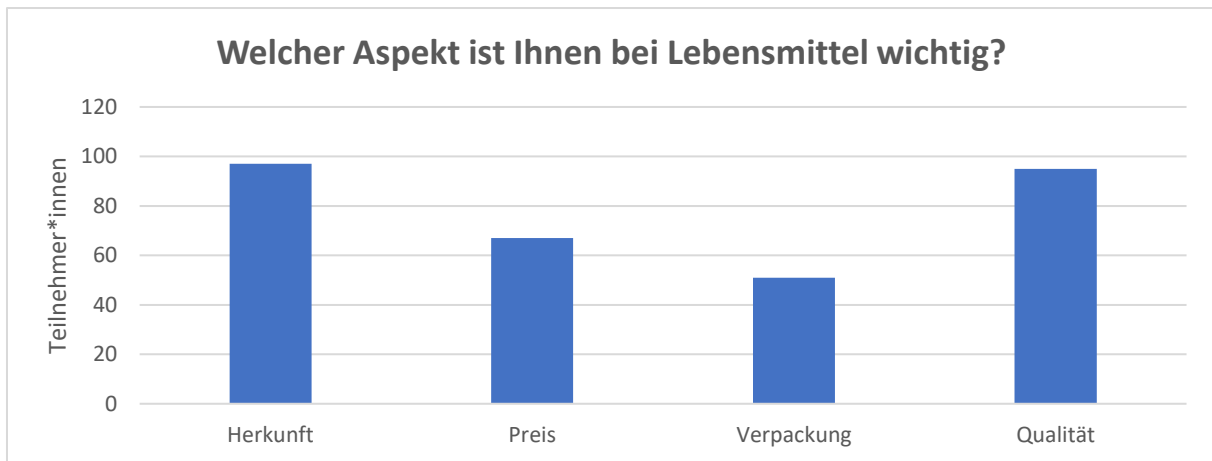


Abbildung 9 Wichtige Aspekte bei Lebensmitteln im Allgemeinen

Um herauszufinden, wie die Befragten die einzelnen Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziieren, wurde zu Beginn auf die Frage zurückgegriffen, in der die Dimensionen direkt abgefragt wurden. Die Befragten konnten bei jeder Dimension angeben, wie wichtig ihnen diese im Hinblick auf ihr Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln ist. Auf einer Skala von „gar nicht wichtig“ bis „sehr wichtig“ konnte angegeben werden, wie bedeutend ihnen jede Dimension im Zusammenhang mit nachhaltigen Lebensmitteln erscheint. Es bestand auch die Möglichkeit, „keine Meinung“ zu wählen. Auf der Skala wurde „gar nicht wichtig“ mit dem Wert eins und „sehr wichtig“ mit dem Wert fünf codiert. Für die Auswertung wurde der Durchschnitt der jeweiligen Antworten berechnet. Die Antwortmöglichkeit „keine Meinung“ wurde für weitere Analysen als „Missing value“ behandelt, um eine Verzerrung des Ergebnisses zu vermeiden. Insgesamt haben drei Personen bei der ökologischen, sechs Personen bei der ökonomischen, acht Personen bei der kulturellen und jeweils sieben Personen bei der gesundheitlichen und sozialen Dimension „keine Meinung“ als Antwortmöglichkeit ausgewählt. Umso höher der Mittelwert, umso wichtiger haben die Befragten die entsprechende Dimension im Hinblick auf ihr Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln empfunden. Die Mittelwerte, die in Abbildung 10 dargestellt sind, zeigen, dass die gesundheitliche Dimension der Nachhaltigkeit am höchsten bewertet wurde. Mit etwas Abstand und einem Mittelwert von 2,94 folgt die kulturelle Dimension. Darauf folgen die ökologische, ökonomische und soziale Dimension, die mit Mittelwerten von 2,62, 2,62 und 2,57 ähnlich stark mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wurden.

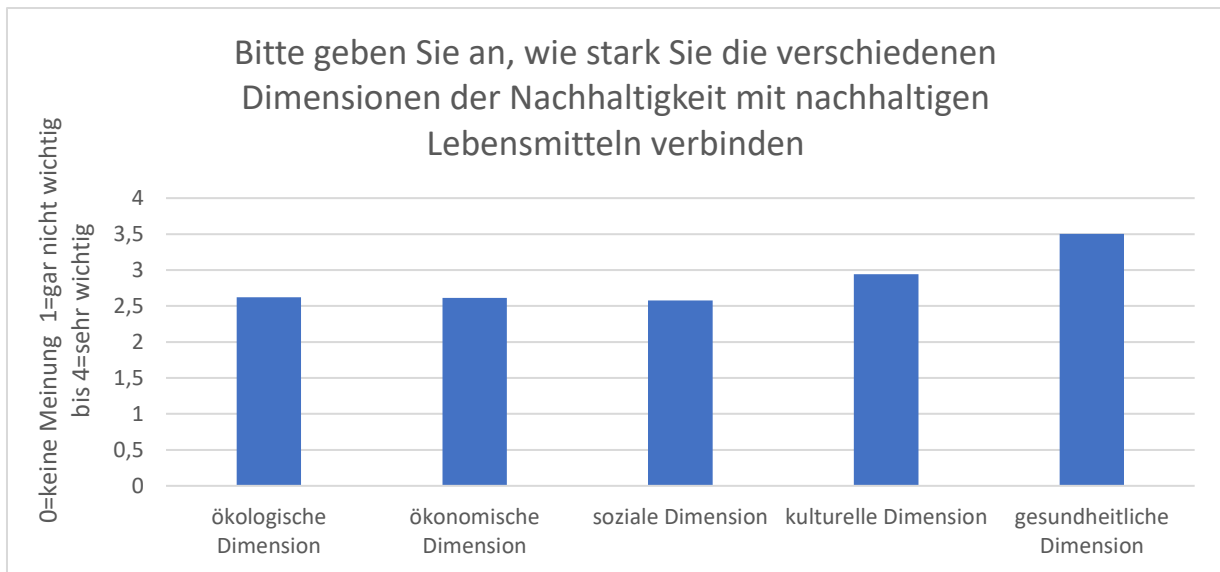


Abbildung 10 Assoziationsstärke verschiedener Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln

Die Standardabweichung beschreibt die Streuung der Antworten um den Mittelwert. Tabelle 1 zeigt, dass die Standardabweichungen bei der Frage, wie wichtig die einzelnen Dimensionen hinsichtlich des Verständnisses von nachhaltigen Lebensmitteln der Befragten sind, zwischen 0,508 und 0,86 liegen. Diese Werte weisen auf eine mittlere Streuung hin. Die geringste Streuung zeigt sich bei der ökonomischen Dimension mit einer Standardabweichung von 0,508, das bedeutet, dass die Meinungen der Befragten in dieser Dimension relativ einheitlich sind. Die ökologische und soziale Dimension weisen eine etwas höhere Streuung auf, mit einer Standardabweichung von 0,523 und 0,567. Eine höhere Varianz zeigen die gesundheitliche und kulturelle Dimension mit einer Standardabweichung von 0,678 und 0,86. Auffällig ist, dass sowohl die gesundheitliche als auch die kulturelle Dimension einen hohen Mittelwert und gleichzeitig auch eine hohe Standardabweichung aufweisen. Das weist darauf hin, dass die Meinungen zu diesen Dimensionen einer hohen Varianz unterliegen.

Tabelle 1 Mittelwerte und Standardabweichung des Assoziationsgrads der Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln

	Ökologische Dimension	Ökonomische Dimension	Kulturelle Dimension	Gesundheitliche dimension	Soziale Dimension
Mittelwert	2,6216	2,6111	2,9434	3,5047	2,5794
N	111	108	106	107	107
Std.-Abweichung	,52317	,50849	,86001	,67815	,56697

Ein weiterer Fokus der Untersuchung lag auf der Wahrnehmung und Bewertung verschiedener Nachhaltigkeitssiegel. Dabei wurden fünf von zehn Siegeln ausgewählt, die jeweils unterschiedliche Dimensionen der Nachhaltigkeit repräsentieren: „Fairtrade-Siegel“ (soziale Dimension), „EU-Bio-Siegel“ (ökologische und gesundheitliche Dimension), „Gutes vom Bauernhof“ (ökonomische und soziale Dimension), Bio vom Berg (kulturelle und ökologische Dimension) sowie das „Tierwohl-Siegel“ (soziale Dimension).

Die verschiedenen Siegel konnten auf einer Skala von eins bis fünf bewertet werden. Die Skala reicht von „kenne ich nicht“ (Wert eins), über „kenne ich und finde ich nicht aussagekräftig“ (Wert zwei) bis hin zu „kenne ich und finde ich sehr aussagekräftig“ (Wert fünf). Ein Siegel wird umso aussagekräftiger im Hinblick auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln eingeschätzt, umso höher dessen Mittelwert ist. Die Ergebnisse in Abbildung 11 zeigen, dass das „Fairtrade-Siegel“ mit einem Mittelwert von 3,68 am aussagekräftigsten hinsichtlich der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln bewertet wurde, dicht gefolgt von dem „Bio vom Berg“ Siegel mit einem Mittelwert von 3,45. Das „Tierwohl-Siegel“ und das „EU-Bio-Siegel“ erreichen etwas niedrigere Mittelwerte von 2,68 und 2,52. Den geringsten Mittelwert weist das Siegel „Gutes vom Bauernhof“ auf.

Die Streuung ist vor allem bei dem Siegel „Gutes vom Bauernhof“ mit einer Standardabweichung von 1,622 hoch, gefolgt von dem „Tierwohl-Siegel“ mit einer Standardabweichung von 1,422. Die Streuung bei „Bio vom Berg“ (1,318) und dem „EU-Bio-Siegel“ (1,243) ist moderat, während die Bewertungen des „Fairtrade-Siegels“ am wenigsten vom Mittelwert abweichen, mit einer Standardabweichung von 0,917.

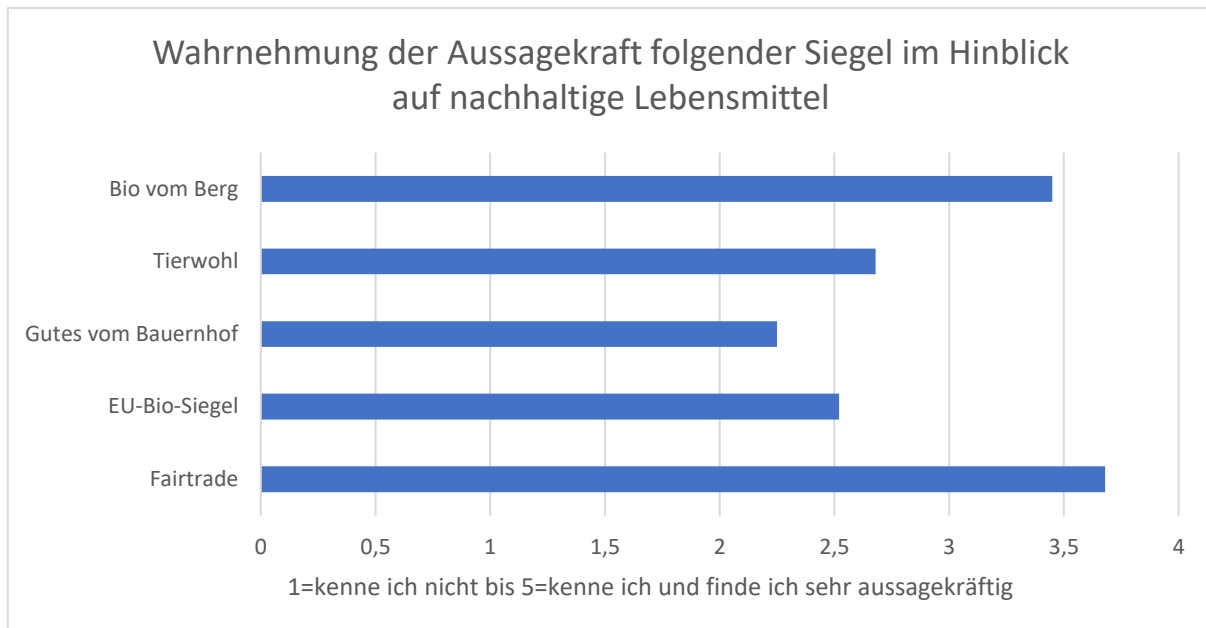


Abbildung 11 Aussagekraft der nachhaltigen Siegel im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel

Neben der direkten Abfrage, wie die Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert werden, und der Bewertung der Nachhaltigkeitsiegel hinsichtlich der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln, wurden zudem Fragen ausgewertet, in denen die Nachhaltigkeitsdimensionen indirekt bewertet werden konnten. Dabei wurde abgefragt, ob die Befragten folgende Aspekte mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziieren: „der Kauf von saisonalen und regionalen Produkten“ (ökologische, ökonomische und kulturelle Dimension), „umweltfreundliche Verpackung“ (ökologische Dimension), „gerechte und nachhaltige Handelsbeziehungen“ (soziale und ökonomische Dimension), „faire Arbeitsbedingungen in der Lebensmittelproduktion“ (soziale Dimension), „Förderung traditioneller und kultureller Anbaumethoden“ (kulturelle Dimension) und „gesundheitsfördernde Inhaltsstoffe und Vermeidung von Schadstoffen“ (gesundheitliche Dimension). Da objektiv betrachtet alle Aussagen/Aspekte zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beitragen, war eine Mehrfachnennung möglich.

Abbildung 12 verdeutlicht, dass der Aspekt „Kauf von saisonalen und regionalen Produkten“ mit einem Mittelwert von 4,42 am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln in Verbindung gebracht wird. „Umweltfreundliche Verpackung“ zeigt ebenfalls einen hohen Mittelwert von 4,32 an. An dritter Stelle befinden sich „gerechte und nachhaltige Handelsbeziehungen“ mit einem Mittelwert von 4,22. Die Aspekte „faire Arbeitsbedingungen in der Lebensmittelproduktion“ und „gesundheitsfördernde Inhaltsstoffe und Vermeidung von Schadstoffen“ folgen mit nahezu identischen Mittelwerten von 4,17 und 4,12. Im Vergleich

dazu liegt die „Förderung traditioneller und kultureller Anbaumethoden“ mit einem Mittelwert von 3,6 deutlich zurück.

Die Standardabweichungen der Bewertungen der einzelnen, indirekt abgefragten Aspekte bezüglich nachhaltiger Lebensmittel zeigen eine etwas größere Varianz. Am stärksten variieren die Antworten innerhalb der Variable „Förderung traditioneller und kultureller Anbaumethoden“, mit einer Standardabweichung von 1,232. Mit geringem Abstand folgen die Aspekte „gesundheitsfördernde Inhaltsstoffe und Vermeidung von Schadstoffen“ (1,049) und „faire Arbeitsbedingungen in der Lebensmittelproduktion“ (1,004). Die Standardabweichungen bei „umweltfreundliche Verpackung“, „gerechte und nachhaltige Handelsbeziehungen“ und „Kauf von saisonalen und regionalen Produkten“ sind mit Werten von 0,886, 0,817 und 0,808 hingegen deutlich geringer.

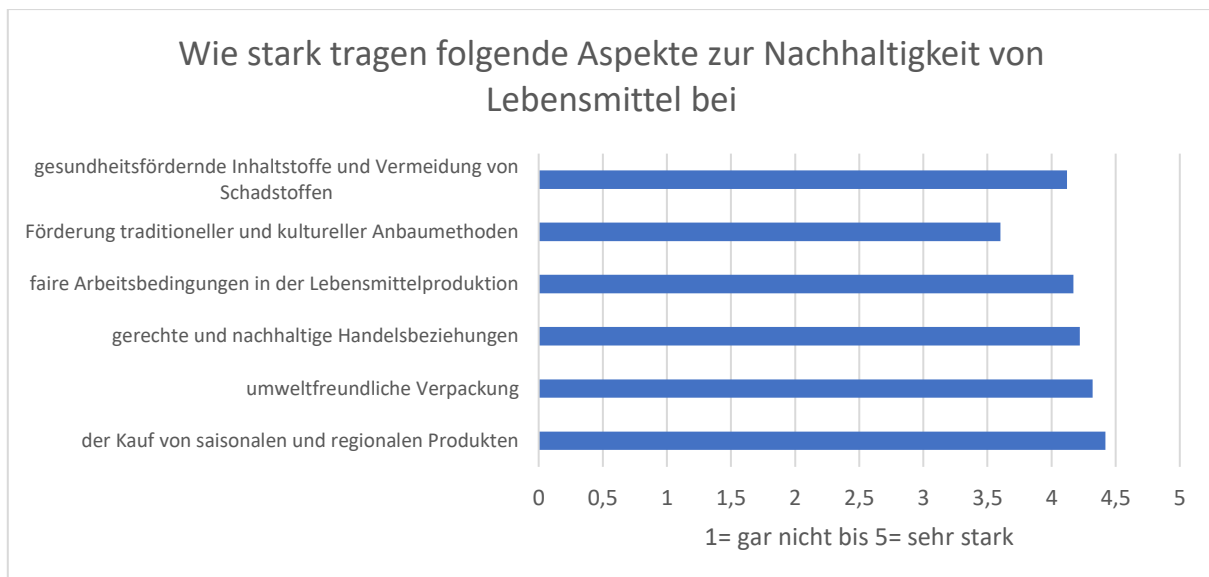


Abbildung 12 Assoziationsgrad verschiedener Aspekte mit nachhaltigen Lebensmitteln

Es wurde eine weitere Frage, in der die Nachhaltigkeitsdimensionen anhand verschiedener indirekter Aspekte abgefragt wurden, ausgewertet. Die Befragten konnten bewerten, wie stark sie „hoher Preis“ (ökonomische und soziale Dimension), „traditionelle Rezepte“ (kulturelle Dimension), „unverarbeitete Lebensmittel“ (gesundheitliche Dimension), „biologisch produzierte Lebensmittel“ (ökologische und gesundheitliche Dimension) und „kooperative Landwirtschaft oder Gemeinschaftsgärten“ (soziale, ökonomische und kulturelle Dimension) mit nachhaltigen Lebensmittel verbinden. Da auch hier alle Aspekte zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beitragen, haben die Befragten die Möglichkeit gehabt, mehrere Antworten anzugeben. Die Ergebnisse in Abbildung 13 zeigen, dass die Variable „biologisch produzierte

Lebensmittel“ den höchsten Mittelwert von 3,38 erreicht hat. Auch die Aspekte „kooperative Landwirtschaft oder Gemeinschaftsgärten“ und „unverarbeitete Lebensmittel“ zeigen relativ hohe Mittelwerte von 3,34 und 3,15. Die Variablen „hoher Preis“ und „traditionelle Rezepte“ liegen mit Mittelwerten von 2,52 und 2,65 hingegen deutlich darunter.

Hinsichtlich der Streuung der Antworten zeigen sowohl die Variable „traditionelle Rezepte“ mit einem Wert von 0,995 als auch die Variablen „hoher Preis“ und „unverarbeitete Lebensmittel“ mit Werten von 0,886 und 0,858 hohe Standardabweichungen auf. Eine geringere Varianz zum Mittelwert ist bei den Variablen „kooperative Landwirtschaft oder Gemeinschaftsgärten“ und „biologisch produzierte Lebensmittel“ mit Standardabweichungen von 0,765 und 0,656 vorzufinden.

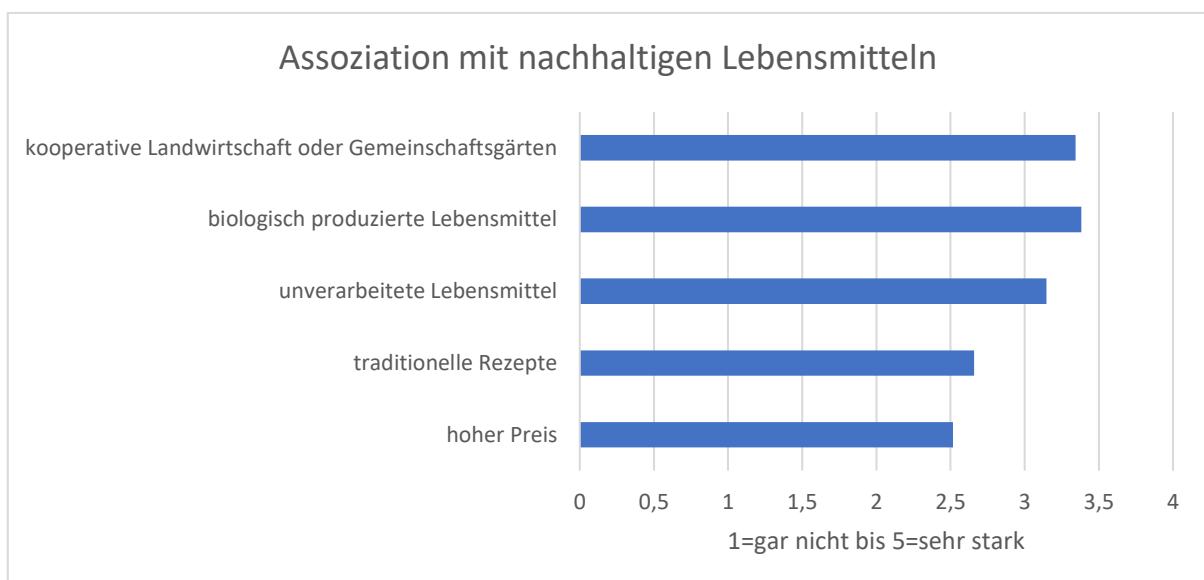


Abbildung 13 Assoziation verschiedener Aussagen mit nachhaltigen Lebensmitteln

7.5.3 Einfluss des sozioökonomischen Status auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln

Im Rahmen der zweiten Forschungsfrage wird der Einfluss des sozioökonomischen Status auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln untersucht. Basierend auf Bourdieus Verständnis von sozialen Strukturen wird der sozioökonomische Status anhand des ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapital festgestellt. Diesbezüglich wurden Variablen ausgewählt die die jeweiligen Kapitalsorten repräsentieren. Diese wurden im Zusammenhang mit Variablen die für die unterschiedlichen Dimensionen der Nachhaltigkeit stehen untersucht. Dafür wurde mittels SPSS Kreuztabellen erstellt und die Signifikanz der Ergebnisse direkt aus

der SPSS-Ausgabe ausgewertet. Die Signifikanz gibt an, ob ein statistisches Ergebnis auf Zufall beruht oder eine Abhängigkeit festgestellt werden kann (Diaz-Bone, 2013). Ein signifikanter Zusammenhang bedeutet, dass die Wahrscheinlichkeit, dass das Ergebnis auf Zufall beruht, sehr gering ist.

Für die Wahrnehmung der einzelnen Dimensionen hinsichtlich des Verständnisses von nachhaltigen Lebensmitteln wurde auf die Frage zurückgegriffen, die die Dimensionen direkt abfragt. Es wurde auf diese Frage zurückgegriffen, da bei dieser die Dimensionen klar voneinander abgegrenzt werden können und dadurch die Erkenntnisse eindeutiger sind. Abgefragt wurde, wie stark die Befragten die ökologische, ökonomische, soziale, kulturelle und gesundheitliche Dimension mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziieren. Die Antworten wurden anschließend im Zusammenhang mit dem kulturellen, ökonomischen und sozialen Kapital untersucht.

Zu Beginn wurde der Einfluss des kulturellen Kapitals, repräsentiert durch den Bildungsabschluss, auf die Wahrnehmung der einzelnen Dimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel untersucht. Der Bildungsabschluss der Befragten stellt die unabhängige Variable dar, während die Bewertung der Dimensionen der Nachhaltigkeit hinsichtlich der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln abhängige Variablen abbildet. Es wurde analysiert, ob der Bildungsabschluss signifikanten Einfluss darauf hat, wie stark die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit mit nachhaltigen Lebensmitteln in Verbindung gebracht werden.

Um den Einfluss des Bildungsstandes auf die Wahrnehmung der einzelnen Dimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel untersuchen zu können, wurde eine Varianzanalyse, auch bekannt als ANOVA-Analyse, durchgeführt. Durch die Anwendung dieser Methode, die die Varianz innerhalb einer Gruppe mit der Varianz zwischen den Gruppen vergleicht, kann überprüft werden, ob festgestellte Unterschiede dem Zufall unterliegen oder nicht (Döring, 2023).

Der Bildungsstand stellt dabei die unabhängige Variable dar und die Wahrnehmung der einzelnen Nachhaltigkeitsdimensionen die abhängigen Variablen. Es wird eine Nullhypothese (H₀) aufgestellt, die bestätigt oder widerlegt werden soll. Sie besagt, dass es keinen signifikanten Unterschied zwischen den Mittelwerten der Gruppen gibt (Diaz-Bone, 2013). H₀ in dieser Analyse besagt, dass der Bildungsabschluss keinen Einfluss auf die Wahrnehmung

der einzelnen Dimensionen der Nachhaltigkeit hat. Im Gegensatz dazu steht die Alternativhypothese (H1), die dafür steht, dass es mindestens einen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen gibt (ebd.). H1 steht also dafür, dass der Bildungsabschluss einen Einfluss auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln hat (ebd.). H0 wird verworfen, wenn das Signifikanzniveau, also der p-Wert, kleiner als 0,05 ist. Das Verwerfen von H0 führt automatisch zu der Bestätigung von H1 (ebd.).

Die p-Werte der verschiedenen Gruppen weisen darauf hin, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Bildungsstand und der Assoziation der einzelnen Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln vorhanden ist. Sie reichen von 0,085 (kulturelle Dimension) bis 0,936 (gesundheitliche Dimension). Eine Ausnahme stellt der p-Wert der ökologischen Dimension dar mit 0,016, was darauf hindeutet, dass der Bildungsstand signifikant mit der Assoziation der ökologischen Dimension mit nachhaltigen Lebensmitteln zusammenhängt.

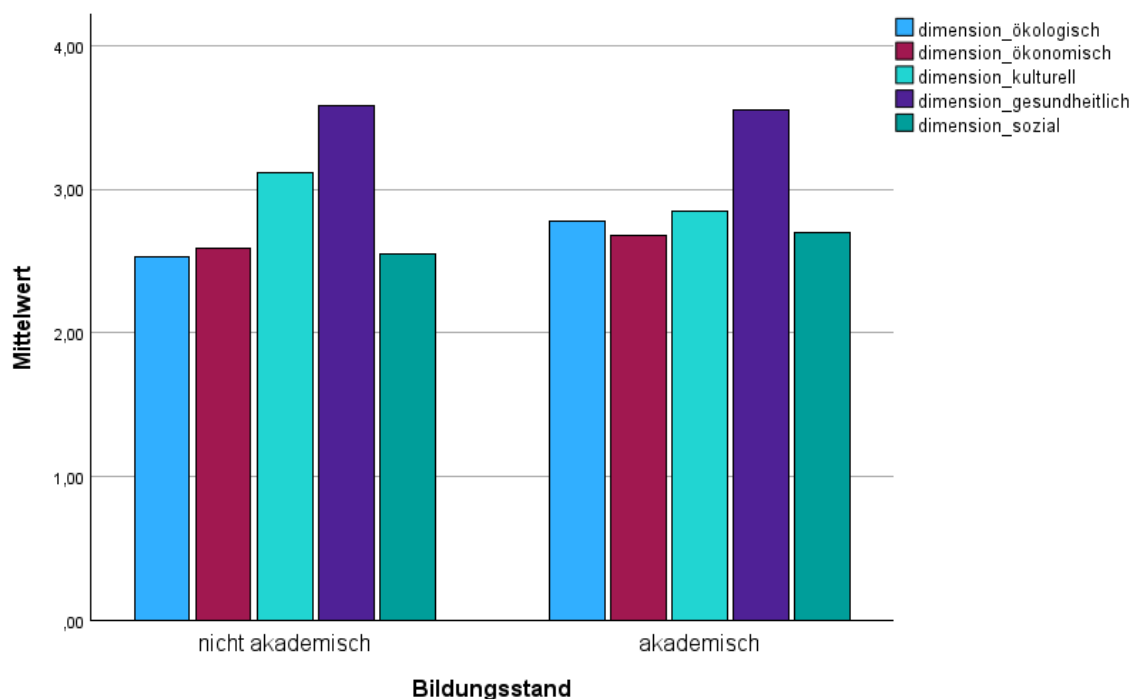


Abbildung 14 Zusammenhang zwischen Bildungsstand und der Assoziation der verschiedenen Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln

Abbildung 14 verdeutlicht, dass die gesundheitliche Dimension von der Gruppe der Akademiker*innen mit einem Mittelwert von 3,51 am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln in Verbindung gebracht wird. Mit nahezu identischen Mittelwert von 3,5 verbindet auch die „nicht-akademische“ Gruppe die gesundheitliche Dimension am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln. Während in der „akademischen“ Gruppe die kulturelle,

ökologische, soziale und ökonomische Dimension mit Mittelwerten von 2,77, 2,76, 2,65 und 2,63 ähnlich bewertet werden, hebt sich in der „nicht-akademischen“ Gruppe die kulturelle Dimension mit einem Mittelwert von 3,06 von der ökonomischen, sozialen und ökologischen Dimension ab, die Mittelwerte von 2,6, 2,52 und 2,52 aufzeigen.

Obwohl der p-Wert bei der ökologischen Dimension auf einen signifikanten Zusammenhang mit dem Bildungsstand hinweist, zeigen die Mittelwerte keine eindeutigen Unterschiede. Die „akademische“ Gruppe verbindet die ökologische Dimension mit einem Mittelwert von 2,76 etwas stärker mit nachhaltigen Lebensmitteln als die „nicht akademische“ Gruppe, bei der ein Mittelwert von 2,52 erreicht wird.

Tabelle 2 zeigt, dass die höchste Standardabweichung in der „nicht-akademische“ Gruppe mit einem Wert von 0,827 bei der kulturellen Dimension auftritt. Darauf folgen die gesundheitliche und soziale Dimension mit einer Standardabweichung von 0,725 und 0,622. Die ökologische und ökonomische Dimension weisen geringere Standardabweichungen von 0,565 und 0,527 auf. In der „akademischen“ Gruppe ist die größte Streuung um den Mittelwert bei der kulturellen Dimension mit einer Standardabweichung von 0,886 zu finden. Darauf folgt die gesundheitliche Dimension mit einer Standardabweichung von 0,621. Eine geringere Varianz zum Mittelwert weisen die ökonomische, soziale und ökologische Dimensionen auf, mit Standardabweichungen von 0,488, 0,482 und 0,434.

Tabelle 2 Mittelwerte und Standardabweichungen vom Bildungsstand und der Wahrnehmung der Dimensionen im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel

Bildungsstand		Bericht				
		dimension_ökologisch	dimension_ökonomisch	dimension_kulturell	dimension_gesundheitlich	dimension_sozial
nicht akademisch	Mittelwert	2,5161	2,5968	3,0645	3,5000	2,5246
	N	62	62	62	60	61
	Std.-Abweichung	,56516	,52666	,82722	,72486	,62200
akademisch	Mittelwert	2,7551	2,6304	2,7727	3,5106	2,6522
	N	49	46	44	47	46
	Std.-Abweichung	,43448	,48802	,88564	,62109	,48154
Insgesamt	Mittelwert	2,6216	2,6111	2,9434	3,5047	2,5794
	N	111	108	106	107	107
	Std.-Abweichung	,52317	,50849	,86001	,67815	,56697

Neben dem kulturellen Kapital wurde zudem der Einfluss des ökonomischen Kapitals auf die Assoziation der Nachhaltigkeitsdimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln untersucht. Als Repräsentant für das ökonomische Kapital wurde das Einkommen der Befragten gewählt, welches anhand von Einkommensgruppen abgefragt wurde. Im Gegensatz zum Bildungsstand

weisen die Einkommensgruppen mit einer Ausnahme ähnliche Gruppengrößen auf, weshalb die ursprünglich abgefragten Einkommensgruppen nicht anders gruppiert wurden.

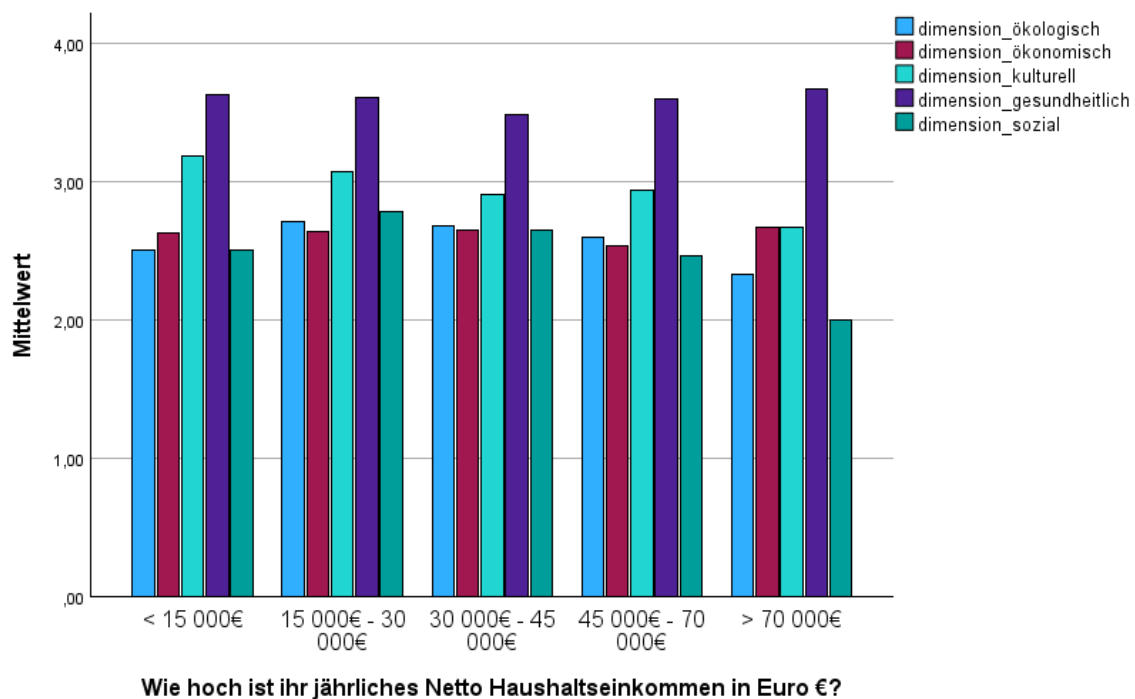


Abbildung 15 Zusammenhang zwischen dem Nettohaushaltseinkommen und der Wahrnehmung der unterschiedlichen Dimensionen im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel

Abbildung 15 zeigt, dass die Wahrnehmungen der Dimensionen im Hinblick auf das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln je nach Einkommensgruppe ein ähnliches Muster aufweisen. Das deutet darauf hin, dass das Einkommen keinen Einfluss auf die Wahrnehmung der verschiedenen Dimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel hat. In allen Einkommensgruppen wurde die gesundheitliche Dimension mit deutlichem Abstand am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln verbunden. Den höchsten Mittelwert mit 3,56 erreicht die gesundheitliche Dimension in der Gruppe die ein jährliches Nettohaushaltseinkommen von „15 000 € bis 30 000 €“ beziehen und den niedrigsten Mittelwert mit 3,42 in der Einkommensgruppe „< 15 000 €“.

Am zweithäufigsten nach der gesundheitlichen Dimension wurde die kulturelle Dimension in allen Einkommensgruppen mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert. Auffällig ist, dass die niedrigste Einkommensgruppe („< 15.000 €“) den höchsten Mittelwert von 3,05 bei der kulturellen Dimension erreicht und die Mittelwerte konstant abfallen bis zum geringsten Mittelwert, der in der höchsten Einkommensgruppe („> 70.000 €“) mit 2,75 vorzufinden ist.

Im Vergleich zur gesundheitlichen und kulturellen Dimension zeigen die soziale, ökologische und ökonomische Dimension geringere Mittelwerte und weniger ausgeprägte Unterschiede. So reichen die Mittelwerte der sozialen Dimension von 2,0 bis 2,59, der ökologischen von 2,45 bis 2,68 und der ökonomischen von 2,4 bis 2,7. Die soziale Dimension zeigt im Vergleich zu den anderen Dimensionen den geringsten Mittelwert von 2,0 in der höchsten Einkommensgruppe („> 70.000 €“).

Die Ergebnisse der ANOVA-Tabelle bestätigen, was durch die Mittelwerte bereits dargestellt wurde: dass es keinen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Einkommen und der Assoziation der Nachhaltigkeitsdimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln gibt. Die Signifikanzniveaus reichen, wie in Tabelle 3 ersichtlich, von 0,127 (soziale Dimension) bis 0,966 (gesundheitliche Dimension).

Tabelle 3 Signifikanzniveau Nettohaushaltseinkommen-Dimensionen der Nachhaltigkeit

			ANOVA-Tabelle				
			Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
dimension_ökologisch * Wie hoch ist ihr jährliches Netto Haushaltseinkommen in Euro €?	Zwischen den Gruppen	(Kombiniert)	,778	4	,194	,703	,592
	Innerhalb der Gruppen		29,330	106	,277		
	Insgesamt		30,108	110			
dimension_ökonomisch * Wie hoch ist ihr jährliches Netto Haushaltseinkommen in Euro €?	Zwischen den Gruppen	(Kombiniert)	,688	4	,172	,657	,623
	Innerhalb der Gruppen		26,978	103	,262		
	Insgesamt		27,667	107			
dimension_kulturell * Wie hoch ist ihr jährliches Netto Haushaltseinkommen in Euro €?	Zwischen den Gruppen	(Kombiniert)	,918	4	,230	,302	,876
	Innerhalb der Gruppen		76,742	101	,760		
	Insgesamt		77,660	105			
dimension_gesundheitlich * Wie hoch ist ihr jährliches Netto Haushaltseinkommen in Euro €?	Zwischen den Gruppen	(Kombiniert)	,269	4	,067	,141	,966
	Innerhalb der Gruppen		48,479	102	,475		
	Insgesamt		48,748	106			
dimension_sozial * Wie hoch ist ihr jährliches Netto Haushaltseinkommen in Euro €?	Zwischen den Gruppen	(Kombiniert)	2,290	4	,573	1,837	,127
	Innerhalb der Gruppen		31,785	102	,312		
	Insgesamt		34,075	106			

Als dritte Variable wurde das Maß an Unterstützung durch Familie und Freund*innen gewählt, welches das soziale Kapital repräsentiert. Es wurde überprüft, ob das soziale Kapital Einfluss auf die Wahrnehmung der verschiedenen Dimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel hat. Die Befragten hatten die Möglichkeit anzugeben, wie stark sie auf die Unterstützung von Freund*innen und Familie zählen können. Die Antwortmöglichkeiten bestehen aus „überhaupt nicht“, „weniger stark“, „eher stark“, „stark“ und „sehr stark“. Da nur zwei der Befragten mit „überhaupt nicht stark“ und sieben mit „weniger stark“ geantwortet haben, wurden diese beiden Variablen zu der Antwort „nicht stark“ zusammengefasst. Die Antwortmöglichkeiten wurden

mit Werten von eins bis fünf codiert, wobei die Werte aufsteigend von eins gleich „nicht stark“ bis vier gleich „sehr stark“ verteilt wurden.

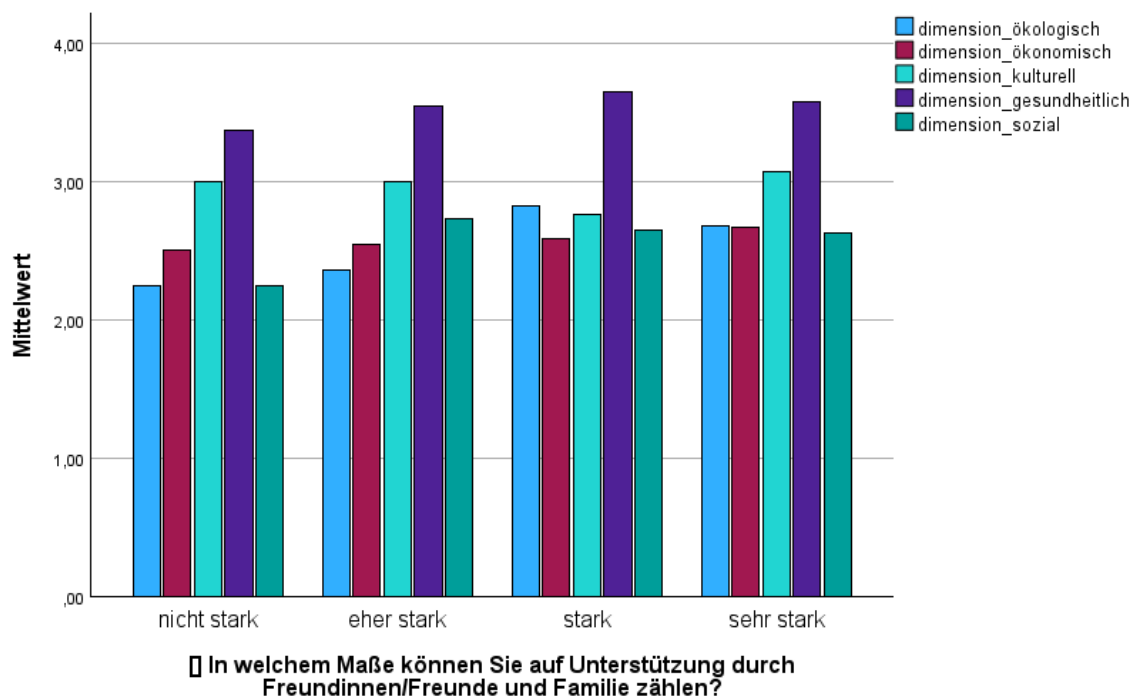


Abbildung 16 Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung der Dimensionen der Nachhaltigkeit im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel und dem Grad der Unterstützung durch Freund*innen und Familie

In Abbildung 16 wird die Wahrnehmung der einzelnen Dimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel im Zusammenhang mit dem Maß an Unterstützung, das die Befragten durch Freund*innen und Familie erfahren, analysiert. Die Ergebnisse dieser Auswertung zeigen, dass die gesundheitliche Dimension, ähnlich wie bei der Untersuchung im Zusammenhang mit dem Bildungsstand und Einkommen, bei allen vier Gruppen, „nicht stark“, „eher stark“, „stark“ und „sehr stark“ mit Abstand am stärksten mit nachhaltigen Lebensmitteln verbunden wird. Auffällig ist zudem, dass die Mittelwerte der gesundheitlichen Dimension zunehmen, umso stärker die Unterstützung durch Freund*innen und Familie ist. So zeigt die Gruppe, die keine starke Unterstützung von Freund*innen und Familie erfährt, den geringsten Mittelwert innerhalb dieser Dimension mit 3,22 und die Gruppe mit „sehr starker“ sozialen Unterstützung den höchsten Mittelwert von 3,58.

Am zweithäufigsten wird bei allen Gruppen bis auf die Gruppe mit „starker“ Unterstützung durch Freund*innen und Familie, die kulturelle Dimension mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert. Diese Ergebnisse zeigen sich auch in den Mittelwerten, die in Tabelle 4 ersichtlich sind. So haben die Gruppen mit „nicht starker“, „eher starker“ und „sehr starker“ sozialen

Unterstützung nahe zu idente Mittelwerte von 3,0, 2,92 und 3,03, während der Mittelwert der Gruppe mit „starker“ Unterstützung bei 2,68 liegt.

Die soziale, ökologische und ökonomische Dimension nehmen innerhalb der verschiedenen Gruppen von sozialer Unterstützung ähnliche Mittelwerte an. In der Gruppe, die am wenigsten Unterstützung von Freund*innen und Familie erfährt, spiegelt sich der geringste Mittelwert von 2,22 wider, der bei der ökologischen Dimension vorzufinden ist.

Tabelle 4 Mittelwerte und Standardabweichung der Variable "Soziale_Unterstützung" und der verschiedenen Dimensionen von Nachhaltigkeit

		Bericht				
[] In welchem Maße können Sie auf Unterstützung durch Freundinnen/Freunde und Familie zählen?		dimension_ökologisch	dimension_ökonomisch	dimension_kulturell	dimension_gesundheitlich	dimension_sozial
nicht stark	Mittelwert	2,2222	2,5556	3,0000	3,2222	2,2500
	N	9	9	8	9	8
	Std.-Abweichung	,44096	,52705	,92582	,66667	,46291
eher stark	Mittelwert	2,3750	2,4667	2,9231	3,4000	2,6429
	N	16	15	13	15	14
	Std.-Abweichung	,61914	,51640	,95407	,82808	,63332
stark	Mittelwert	2,8182	2,5909	2,6818	3,4762	2,6190
	N	22	22	22	21	21
	Std.-Abweichung	,39477	,50324	,94548	,60159	,58959
sehr stark	Mittelwert	2,6719	2,6613	3,0317	3,5806	2,5938
	N	64	62	63	62	64
	Std.-Abweichung	,50567	,51034	,80258	,66649	,55546
Insgesamt	Mittelwert	2,6216	2,6111	2,9434	3,5047	2,5794
	N	111	108	106	107	107
	Std.-Abweichung	,52317	,50849	,86001	,67815	,56697

Die Signifikanzniveaus, die in Tabelle 5 ersichtlich sind, zeigen keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der Unterstützung von Freund*innen und Familie und der Assoziation der einzelnen Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln. Das niedrigste Signifikanzniveau mit 0,05 zeigt sich in der ökologischen Dimension und das höchste mit 0,587 in der ökonomischen Dimension.

Tabelle 5 Signifikanzniveau der nachhaltigen Dimensionen im Zusammenhang zur Unterstützung von Freund*innen und Familie

			ANOVA-Tabelle				
			Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
dimension_ökologisch * [] In welchem Maße können Sie auf Unterstützung durch Freundinnen/Freunde und Familie zählen?	Zwischen den Gruppen (Kombiniert)		3,420	3	1,140	4,571	,005
	Innerhalb der Gruppen		26,688	107	,249		
	Insgesamt		30,108	110			
dimension_ökonomisch * [] In welchem Maße können Sie auf Unterstützung durch Freundinnen/Freunde und Familie zählen?	Zwischen den Gruppen (Kombiniert)		,506	3	,169	,646	,587
	Innerhalb der Gruppen		27,161	104	,261		
	Insgesamt		27,667	107			
dimension_kulturell * [] In welchem Maße können Sie auf Unterstützung durch Freundinnen/Freunde und Familie zählen?	Zwischen den Gruppen (Kombiniert)		2,028	3	,676	,912	,438
	Innerhalb der Gruppen		75,632	102	,741		
	Insgesamt		77,660	105			
dimension_gesundheitlich * [] In welchem Maße können Sie auf Unterstützung durch Freundinnen/Freunde und Familie zählen?	Zwischen den Gruppen (Kombiniert)		1,257	3	,419	,909	,439
	Innerhalb der Gruppen		47,490	103	,461		
	Insgesamt		48,748	106			
dimension_sozial * [] In welchem Maße können Sie auf Unterstützung durch Freundinnen/Freunde und Familie zählen?	Zwischen den Gruppen (Kombiniert)		,971	3	,324	1,007	,393
	Innerhalb der Gruppen		33,104	103	,321		
	Insgesamt		34,075	106			

7.5.4 Einfluss des ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapitals auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit

Nachdem die Ergebnisse zu den ersten zwei Forschungsfragen in Kapitel 8.2 und 8.3 detailliert ausgewertet wurden, folgt in diesem Kapitel die Untersuchung der dritten Forschungsfrage. Anhand dieser soll festgestellt werden, ob das ökonomische, kulturelle und soziale Kapital einen Einfluss auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich des Verständnisses von nachhaltigen Lebensmitteln haben. Es gilt die Hypothese zu überprüfen, die besagt, dass ein höherer soziökonomischer Status zu einer stärkeren Assoziation der sozialen Dimension mit nachhaltigen Lebensmitteln führt. Zur Überprüfung wurden das kulturelle Kapital durch den Bildungsstand, das ökonomische Kapital durch das Einkommen und das soziale Kapital durch das Maß an Unterstützung durch Freund*innen und Familie verwendet. Das soziale Kapital wurde anhand dreier Variablen, die die Einstellung gegenüber dem sozialen Kapital indirekt abgefragt haben, untersucht.

Die erste Aussage; „werden unter fairen Arbeitsbedingungen produziert und transportiert“ wurde in der Auswertung in SPSS mit dem Variablennamen „Arbeit_fair“ betitelt. Diese stellt eine Antwortmöglichkeit bei der Frage dar, bei der die Befragten ankreuzen sollen, was sie mit nachhaltigen Lebensmitteln verbinden. Die ausgewählte Antwortmöglichkeit stellt eine von

fünf Antwortmöglichkeiten dar. Es war zudem eine Mehrfachnennung möglich. Für die Untersuchung wird ausgewertet, wie häufig Befragte sich für diese Antwort entschieden haben, also wie häufig die soziale Dimension, die durch diese Antwortmöglichkeit repräsentiert wird, mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wurde.

Als Zweites wird eine Frage analysiert, bei der die Befragten angeben konnten, wie stark faire Arbeitsbedingungen in der Lebensmittelproduktion ihrer Meinung nach zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beitragen. Bei dieser Frage bestanden die Antwortmöglichkeiten aus „sehr stark“, „stark“, „eher stark“, „weniger stark“ und „gar nicht“. Codiert wurden die Antwortmöglichkeit mit den Werten eins (gleich „gar nicht“) bis fünf (gleich „sehr stark“). In SPSS wurde diese Variable mit „faire_arbeit“ betitelt. Da die Variablenbezeichnungen der erste und zweite Variable sehr ähnlich sind, wird in dieser Auswertung die Variable „Arbeit_fair“ mit Aussage 1 und die Variable „faire_arbeit“ mit Aussage zwei betitelt.

Als dritter Aspekt wurde analysiert, wie aussagekräftig die Befragten das „Fairtrade- Siegel“ hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel empfinden. Auch diese Aussage repräsentiert die soziale Dimension nachhaltiger Lebensmittel. Als Antwortmöglichkeiten standen „kenne ich nicht“, „kenne ich und finde ich nicht aussagekräftig“, „kenne ich und finde ich mäßig aussagekräftig“, „kenne ich und finde ich aussagekräftig“ und „kenne ich und finde ich sehr aussagekräftig“ zur Verfügung. Die Antwortmöglichkeiten wurden mit Werten von eins bis fünf gleichgesetzt. Der niedrigste Wert ist der Antwort „gar nicht“ zuzuordnen und steigt um Einser Schritte an bis zum Wert fünf der der Antwort „kenne ich und finde ich sehr aussagekräftig“ zugeteilt wurde.

46 Befragte der Gruppe „nicht akademisch“ haben Aussage 1 ausgewählt, was bedeutet, dass sie faire Arbeitsbedingungen als einen wesentlichen Aspekt von nachhaltigen Lebensmitteln ansehen. Bei der „akademischen“ Gruppe haben 40 der Befragten diese Antwortmöglichkeit ausgewählt. Prozentual bedeutet das, dass 81,6 % der Befragten mit akademischem Abschluss und 70,8 % der Befragten ohne akademischen Abschluss faire Arbeitsbedingungen als zentralen Aspekt von nachhaltigen Lebensmitteln ansehen (siehe Abbildung 17). Der Unterschied zwischen der Anzahl und dem prozentualen Anteil ist darauf zurückzuführen, dass der „nicht akademischen“ Gruppe mehr Befragte angehören als der „akademischen“ Gruppe.

Wichtigkeit von fairen Arbeitsbedingungen bei der Produktion und dem Transport von Lebensmitteln in %

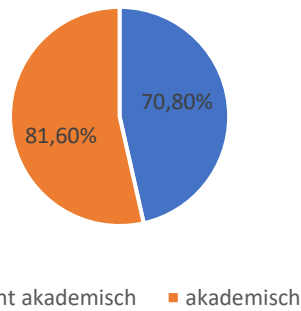


Abbildung 17 Bedeutsamkeit von fairen Arbeitsbedingungen in Produktion und Transport im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel im Zusammenhang zum Bildungsstand

Der Mittelwert der „akademischen“ Gruppe liegt mit 1,29 etwas über dem der „nicht akademischen“ Gruppe, die einen Mittelwert von 1,18 vorweist. Die Standardabweichung ist in der „nicht akademischen“ Gruppe mit 0,46 etwas höher als die Standardabweichung der Gruppe mit akademischem Abschluss, die einen Wert von 0,40 zeigt. Wie in Tabelle 6 erkennbar ist, beträgt das Signifikanzniveau 0,19, was darauf hindeutet, dass kein signifikanter Zusammenhang vorliegt.

Tabelle 6 Signifikanzniveau von fairen Arbeitsbedingungen in der Produktion und Transport und dem Bildungsstand

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
[...werden unter fairen Arbeitsbedingungen produziert und transportiert] Bitte kreuzen Sie an, was Ihrer Meinung nach zutreffend ist! (Mehrfachnennung möglich) Nachhaltige Lebensmittel... * Bildungsstand	Zwischen den Gruppen (Kombiniert)	,330	1	,330	1,776	,185
	Innerhalb der Gruppen	20,793	112	,186		
	Insgesamt	21,123	113			

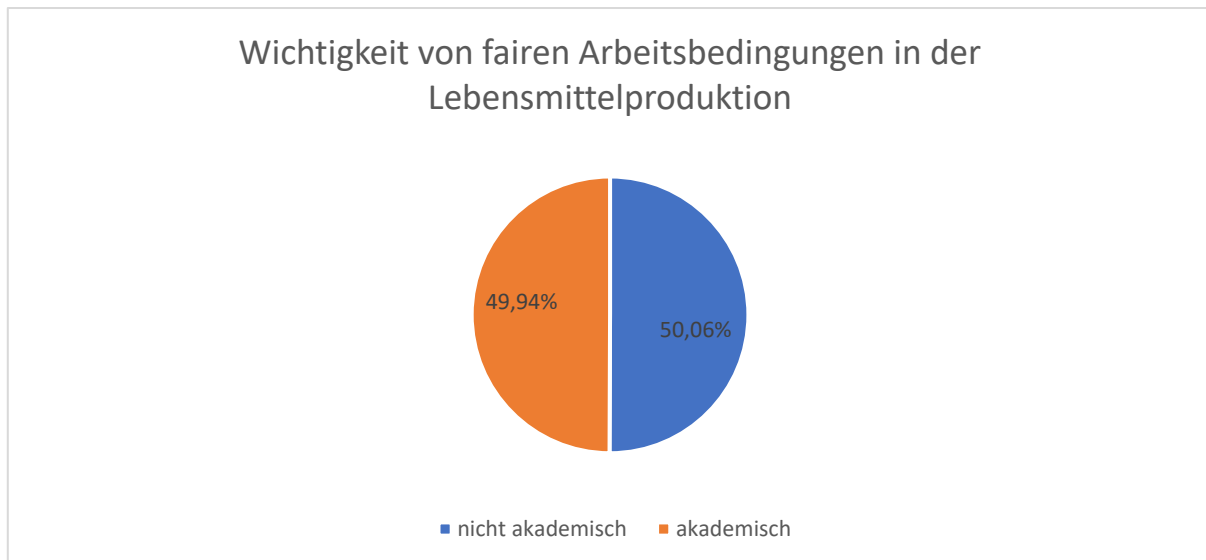


Abbildung 18 Bildungsstand im Zusammenhang zur Wahrnehmung fairer Arbeitsbedingungen

Aussage zwei hat im Gegensatz zu Aussage eins, nicht die Option gegeben, die Aussage nachhaltigen Lebensmitteln zuzuordnen oder nicht, sondern hat den Befragten die Möglichkeit gegeben zu bewerten, wie stark nach ihrer Meinung faire Arbeitsbedingungen zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beitragen. Wie in Abbildung 18 ersichtlich ist, werden faire Arbeitsbedingungen in der Lebensmittelproduktion von der „akademischen“ und der „nicht akademischen“ Gruppe als ähnlich stark bedeutend im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel angesehen. Die Mittelwerte von 4,17 („nicht akademische“ Gruppe) und 4,16 („akademische“ Gruppe) sind nahezu identisch. Auch die Streuung zu den Mittelwerten ist bei beiden Gruppen sehr ähnlich mit einer Standardabweichung von 1,009 bei der „nicht akademischen“ Gruppe und 1,007 bei der „akademischen“ Gruppe. Das Signifikanzniveau von 0,975 zeigt, dass kein signifikanter Unterschied zwischen dem Bildungsstand und der Bewertung von fairen Arbeitsbedingungen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel vorliegt.

Neben den Aussagen eins und zwei über die soziale Nachhaltigkeitsdimension wurde zudem die Aussagekraft des „Fairtrade-Siegels“ hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel untersucht. Mit einem Mittelwert von 3,72 bewertet die „nicht akademischen“ Gruppe das „Fairtrade-Siegel“ als aussagekräftiger als die „akademische“ Gruppe, die einen Mittelwert von 3,61 aufweist. Darüber hinaus zeigt sich bei der „nicht akademischen“ Gruppe eine etwas höhere Streuung zum Mittelwert, mit einer Standardabweichung von 0,96, als bei der „akademischen“ Gruppe, mit 0,86. Ähnlich wie bei der Auswertung der ersten und zweiten Aussage hinsichtlich der sozialen Dimension zeigt das Signifikanzniveau keinen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Bildungsstand und der Wahrnehmung der Aussagekraft des „Fairtrade-Siegels“

hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel, mit einem Wert von 0,525 (siehe Tabelle 7). Die Ergebnisse der Auswertung aller drei Variablen führen zu der Annahme, dass der Bildungsstand keinen signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich des Verständnisses von nachhaltigen Lebensmitteln hat.

Tabelle 7 Signifikanzniveau der Bedeutsamkeit des Fairtrade-Siegels im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel und Bildungsstand

		ANOVA-Tabelle	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
[Fairtrade] Kennen Sie die folgenden Bio-, Fairtrade- und Regional-Siegel und wie aussagekräftig finden Sie diese im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel? Bitte kreuzen Sie entsprechend an: * Bildungsstand	Zwischen den Gruppen (Kombiniert)		,343	1	,343	,406	,525
	Innerhalb der Gruppen		94,648	112	,845		
	Insgesamt		94,991	113			

Alle drei Variablen, die die soziale Nachhaltigkeitsdimension repräsentieren, werden neben dem kulturellen Kapital auch in Verbindung mit dem ökonomischen Kapital analysiert. Dieses spiegelt sich im jährlichen Nettohaushaltseinkommen wider. In Abbildung 19 wird der Zusammenhang zwischen dem jährlichen Nettohaushaltseinkommen und der Aussage eins, also ob faire Arbeitsbedingungen in der Produktion und im Transport zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beitragen, dargestellt. Aus der Abbildung 19 geht hervor, dass die Einkommensgruppen „15.000 – 30.000 €“, „30.000 € - 45.000 €“ und „45.000 € - 70.000 €“ eine ähnliche Meinung hinsichtlich fairer Arbeitsbedingungen vorweisen. Es ist außerdem ersichtlich, dass sowohl die höchste Einkommensgruppe („> 70.000 €“) als auch die niedrigste Einkommensgruppe („<15.000 €“) häufiger die Meinung haben, dass faire Arbeitsbedingungen zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beitragen, als die mittleren Einkommensgruppen.

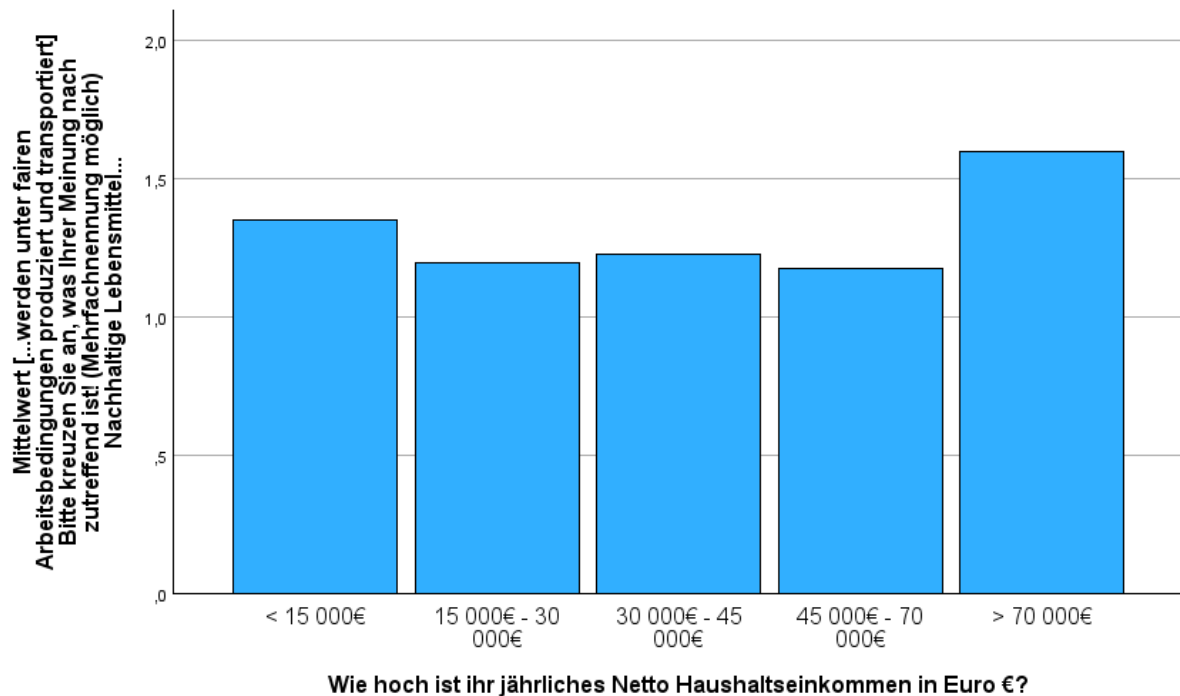


Abbildung 19 Zusammenhang Nettohaushaltseinkommen und Wichtigkeit von fairen Arbeitsbedingungen bei der Produktion und dem Transport von Lebensmitteln

Der visuelle Eindruck auf Abbildung 19 wird durch den Vergleich der Mittelwerte bestätigt. Die höchste Einkommensgruppe mit einem jährlichen Nettohaushaltseinkommen von über 70.000 € zeigt den höchsten Mittelwert von 1,60. Die niedrigste Einkommensgruppe mit einem jährlichen Nettohaushaltseinkommen unter 15.000 € folgt mit einem Mittelwert von 1,35. Bei den mittleren Einkommensgruppen sind Mittelwerte von 1,23 („30.000 € - 45.000 €“), 1,19 („15.000 € - 30.000 €“) und 1,17 („45.000 € - 70.000 €“) festzustellen. Die Streuung zum Mittelwert ist in allen Einkommensgruppen eher gering mit Standardabweichungen von 0,49 („< 15.000 €“), 0,40 („15.000 € – 30.000 €“), 0,43 („30.000 € - 45.000 €“), 0,39 („45.000 € - 70.000 €“) und 0,43 („> 70.000 €“). Das Signifikanzniveau beträgt 0,227 und zeigt, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Einkommen und der Wahrnehmung fairer Arbeitsbedingungen hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln besteht.

Tabelle 8 Mittelwerte und Standardabweichung von der Bewertung fairer Arbeitsbedingungen bei Produktion und Transport und dem Nettohaushaltseinkommen

[...werden unter fairen Arbeitsbedingungen produziert und transportiert] Bitte kreuzen Sie an, was Ihrer Meinung nach zutreffend ist! (Mehrfachnennung möglich) Nachhaltige Lebensmittel.

Wie hoch ist ihr jährliches Netto Haushaltseinkommen in Euro €?	Mittelwert	N	Std.-Abweichung
< 15 000€	1,35	20	,489
15 000€ - 30 000€	1,19	31	,402
30 000€ - 45 000€	1,23	35	,426
45 000€ - 70 000€	1,17	23	,388
> 70 000€	1,60	5	,548
Insgesamt	1,25	114	,432

Zudem wird der Zusammenhang von Einkommen und der zweiten Aussage, die Auskunft darüber gibt, wie stark faire Arbeitsbedingungen zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln laut der Befragten beitragen, untersucht. In Abbildung 20 ist ersichtlich, dass die ersten vier Einkommensgruppen (von „< 15.000 €“ bis „45.000 € - 70.000 €“) eine ähnliche Meinung diesbezüglich haben. Die höchste Einkommensgruppe („> 70 000 €“) zeigt einen geringeren Wert, als die anderen Gruppen. Das bedeutet, dass die Befragten aus dieser Einkommensgruppe faire Arbeitsbedingungen seltener als Aspekt, der zu nachhaltigen Lebensmitteln beiträgt, empfinden als die anderen Gruppen.

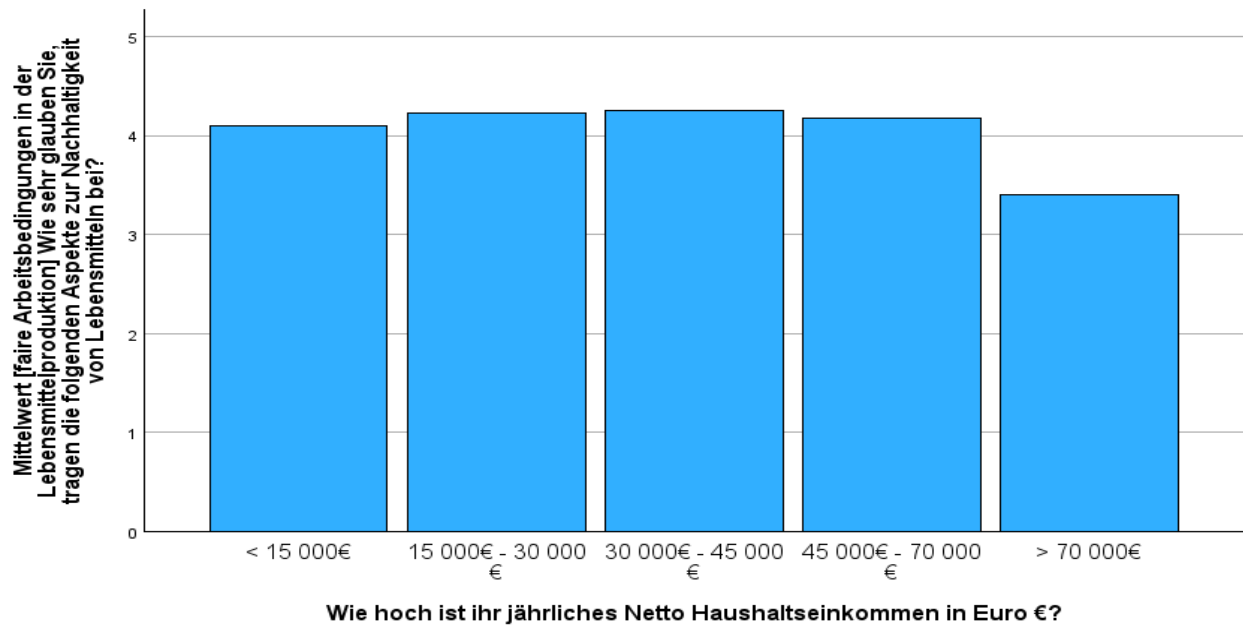


Abbildung 20 Zusammenhang Nettohaushaltseinkommen und Wichtigkeit von fairen Arbeitsbedingungen in der Lebensmittelproduktion

Faire Arbeitsbedingungen werden mit einem Mittelwert von 4,26 am häufigsten von der Einkommensgruppe „30.000 € - 45.000 €“ mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert. Ähnliche Mittelwerte weisen die Einkommensgruppen „15.000 € - 30.000 €“ mit 4,23, „45.000 € - 70.000 €“ mit 4,17 und „< 15.000 €“ mit 4,10 auf. Wie in Abbildung 20 ersichtlich zeigt die höchste Einkommensgruppe „> 70.000 €“ einen deutlich geringeren Mittelwert von 3,40 als die anderen Einkommensgruppen. Die größte Streuung zum Mittelwert zeigt die Gruppe mit dem geringsten Einkommen „< 15.000 €“ mit einer Standardabweichung von 1,33. Darauf folgt die Einkommensgruppe „15.000 € - 30.000 €“ mit einer Standardabweichung von 1,06. Die Standardabweichung der Einkommensgruppen „30.000 € - 45.000 €“, „45.000 € - 70.000 €“ und „> 70.000 €“ zeigen geringere Werte von 0,92, 0,72 und 0,90. Es lässt sich zudem kein signifikanter Zusammenhang zwischen Einkommen und der Einschätzung fairer Arbeitsbedingungen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel ermitteln. Das Signifikanzniveau beträgt einen Wert von 0,5.

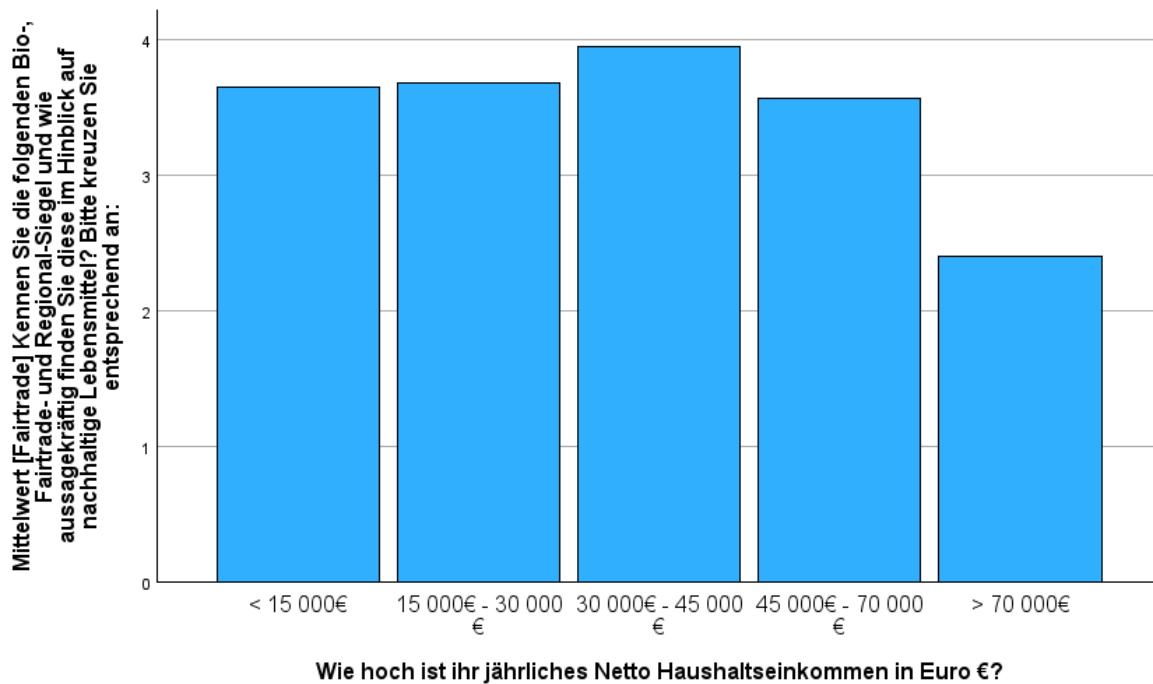


Abbildung 21 Zusammenhang Nettohaushaltseinkommen und Wahrnehmung der Aussagekraft des Fairtrade-Siegels

Bei der Untersuchung des Zusammenhangs zwischen dem jährlichen Netto Haushaltseinkommen und der Einschätzung der Aussagekraft des „Fairtrade-Siegels“ hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel, zeigt sich ein weitgehend einheitliches Bild (siehe Abbildung 21). Die Einkommensgruppen „< 15.000 €“, „15.000 € - 30.000 €“ und „45.000 € - 70.000 €“ zeigen eine ähnliche Einstellung gegenüber der Aussagekraft des „Fairtrade-Siegels“. Am aussagekräftigsten wird das „Fairtrade-Siegel“ von der Gruppe mit einem Einkommen von „30.000 € - 45.000 €“ im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel empfunden. Außerdem auffällig ist, dass die höchste Einkommensgruppe „> 70.000 €“ deutlich hinter allen Gruppen abfällt und das „Fairtrade-Siegel“ am seltensten als aussagekräftig hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel einschätzt.

Die Mittelwerte zeigen, dass die Einkommensgruppe „30 000 € - 40 000 €“ den höchsten Mittelwert von 3,94 aufweist. Die Gruppen „< 15 000 €“, „15 000 € - 30 000 €“ und „45 000 € - 70 000 €“ zeigen ähnlich hohe Mittelwerte von 3,65, 3,68 und 3,57. Mit einem Mittelwert von 2,40 fällt die höchste Einkommensgruppe „> 70 000 €“ deutlich hinter den anderen ab. Die größte Streuung zum Mittelwert ist in der Einkommensgruppe „< 15 000 €“, mit einer Standardabweichung von 1,31, zu verordnen. Mit etwas Abstand folgen erst die anderen Einkommensgruppen mit Standardabweichungen von 0,79 („15 000 € - 30 000 €“), 0,68 („30 000 € - 45 000 €“), 0,84 („45 000 € - 70 000 €“) und 0,55 („> 70 000 €“). Das Signifikanzniveau

ist im Vergleich zu den anderen Analysen deutlich niedriger und liegt mit 0,009 unter dem Wert von 0,05. Das zeigt, dass hier ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Einkommen und der Einschätzung der Aussagekraft des „Fairtrade-Siegels“ hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel vorhanden ist.

Das kulturelle und ökonomische Kapital wurde bereits in Bezug auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension nachhaltiger Lebensmittel untersucht. Neben diesen beiden Kapitalsorten spielt auch das soziale Kapital eine entscheidende Rolle für den sozioökonomischen Status. Das soziale Kapital wird durch das Maß an Unterstützung, das die Befragten von Freund*innen und Familie erfahren, repräsentiert. Im Folgenden wird das soziale Kapital ebenfalls in Zusammenhang mit den drei Variablen gebracht, die die soziale Dimension der Nachhaltigkeit repräsentieren, analysiert.

Zu Beginn wird untersucht, ob das Maß an sozialer Unterstützung einen Einfluss darauf hat, wie häufig die Befragten faire Arbeitsbedingungen mit nachhaltigen Lebensmitteln verbinden. Wie in Abbildung 22 ersichtlich ist, zeigt die Gruppe der Befragten, die eine „starke“ Unterstützung von Freund*innen und Familie erfährt, mit 1,39 den höchsten Mittelwert. Mit einem ähnlich hohen Mittelwert folgt die Gruppe, die angibt, dass ihr sozialer Rückhalt „nicht stark“ ist, mit einem Mittelwert von 1,33. Die Gruppen mit „eher starker“ und „sehr starker“ sozialen Unterstützung zeigen Mittelwerte von 1,25 und 1,18. Alle Gruppen zeigen eine geringe Streuung zum Mittelwert auf. Die höchste Standardabweichung ist in der Gruppe vorzufinden, die ihre freundschaftliche und familiäre Unterstützung als „nicht stark“ einschätzt, mit einem Wert von 0,50. Mit einem ähnlichen Wert folgt die Gruppe mit einem „starken“ sozialen Rückhalt, mit einer Standardabweichung von 0,499. Die Gruppen die ihr Maß an sozialer Unterstützung, „eher stark“ und „sehr stark“ einschätzen zeigen Standardabweichungen von 0,477 und 0,389. Das Signifikanzniveau beträgt 0,220 und zeigt, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Maß an sozialer Unterstützung und der Wahrnehmung von fairen Arbeitsbedingungen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel besteht.

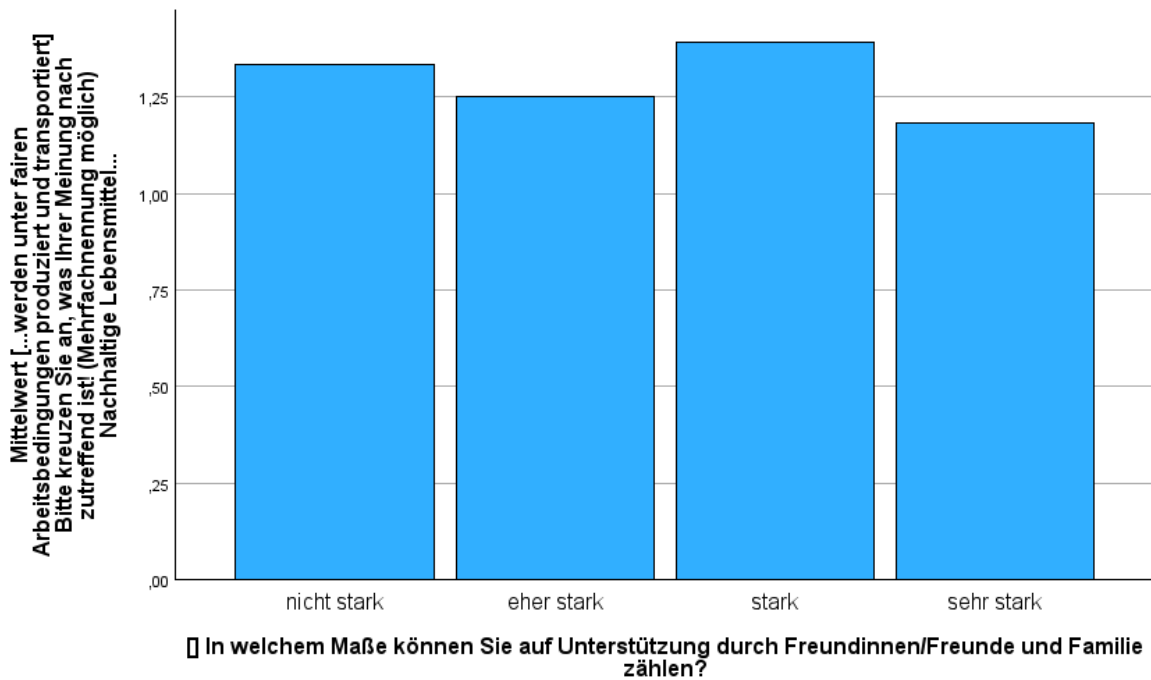


Abbildung 22 Zusammenhang von der Bedeutung von fairen Arbeitsbedingungen in der Produktion und im Transport hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel und familiärer und freundschaftlicher Unterstützung

Bei der Analyse des Zusammenhangs zwischen dem Maß an sozialer Unterstützung und der zweiten Aussage, also der Bewertung, wie stark die Befragten glauben, dass faire Arbeitsbedingungen zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beitragen, weisen alle Gruppen ähnliche Werte auf (siehe Abbildung 23). Die Mittelwerte steigen von den Gruppen mit „eher starker“, „starker“ und „sehr starker“ sozialen Unterstützung kontinuierlich an, mit Mittelwerten von 3,88, 4,0 und 4,17. Eine Abweichung stellt die Gruppe dar, die keine starke Unterstützung von Freund*innen und Familie erfährt, mit dem zweithöchsten Mittelwert nach der Gruppe mit „sehr starker“ sozialen Unterstützung, von 4,11. Die größte Streuung zum Mittelwert ist in der Gruppe zu finden, die „starke“ Unterstützung durch Freund*innen und Familie erfahren, mit einer Standardabweichung von 1,24. Darauf folgen die Gruppen mit „eher starker“, „nicht starker“ und „sehr starker“ sozialen Unterstützung mit Standardabweichungen von 1,088, 0,928 und 0,894. Mit einem Signifikanzniveau von 0,361 lässt sich kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Maß an sozialer Unterstützung und der Bewertung von fairen Arbeitsbedingungen hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln feststellen.

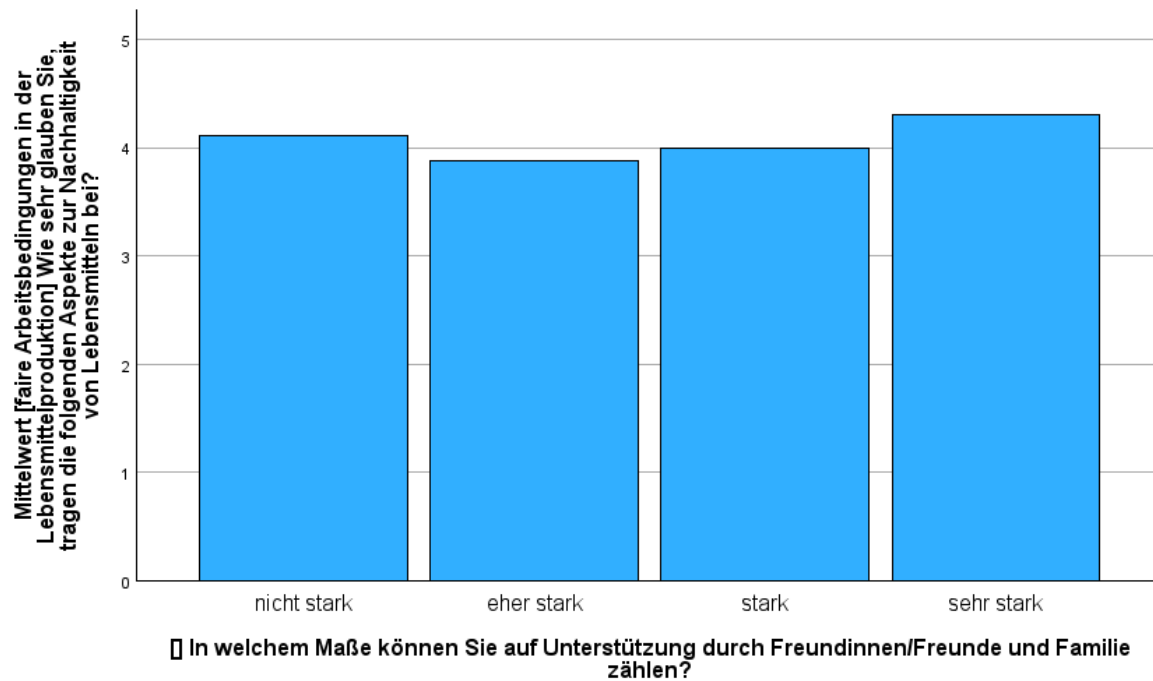


Abbildung 23 Zusammenhang von der Bewertung von fairen Arbeitsbedingungen in der Lebensmittelproduktion hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel und familiärer und freundschaftlicher Unterstützung

Zuletzt wird der Zusammenhang zwischen dem Maß an sozialer Unterstützung und der Wahrnehmung der Aussagekraft des „Fairtrade-Siegels“ hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel analysiert. Der höchste Mittelwert von 3,83 lässt sich in der Gruppe, die ihre soziale Unterstützung die sie erfahren mit „stark“ einschätzen, feststellen (siehe Abbildung 24). Mit Mittelwerten von 3,78 und 3,73 folgen die Gruppen die ihre soziale Unterstützung als „nicht stark“ und „sehr stark“ wahrnehmen. Der niedrigste Mittelwert mit 3,19 zeigt sich in der Gruppe, die „eher starke“ Unterstützung durch Freund*innen und Familie erfährt. Die höchste Standardabweichung zeigt sich mit 1,072 bei der Gruppe mit „starker“ soziale Unterstützung. In den anderen Gruppen sind Standardabweichungen von 0,981 („eher starke“ soziale Unterstützung), 0,851 („nicht starke“ soziale Unterstützung) und 0,667 („starke“ soziale Unterstützung) vorzufinden. Wie die unterschiedlichen Mittelwerte vermuten lassen, lässt sich kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Maß an sozialer Unterstützung und der Wahrnehmung der Aussagekraft des „Fairtrade-Siegels“ hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel, nachweisen. Das Signifikanzniveau beträgt 0,139.

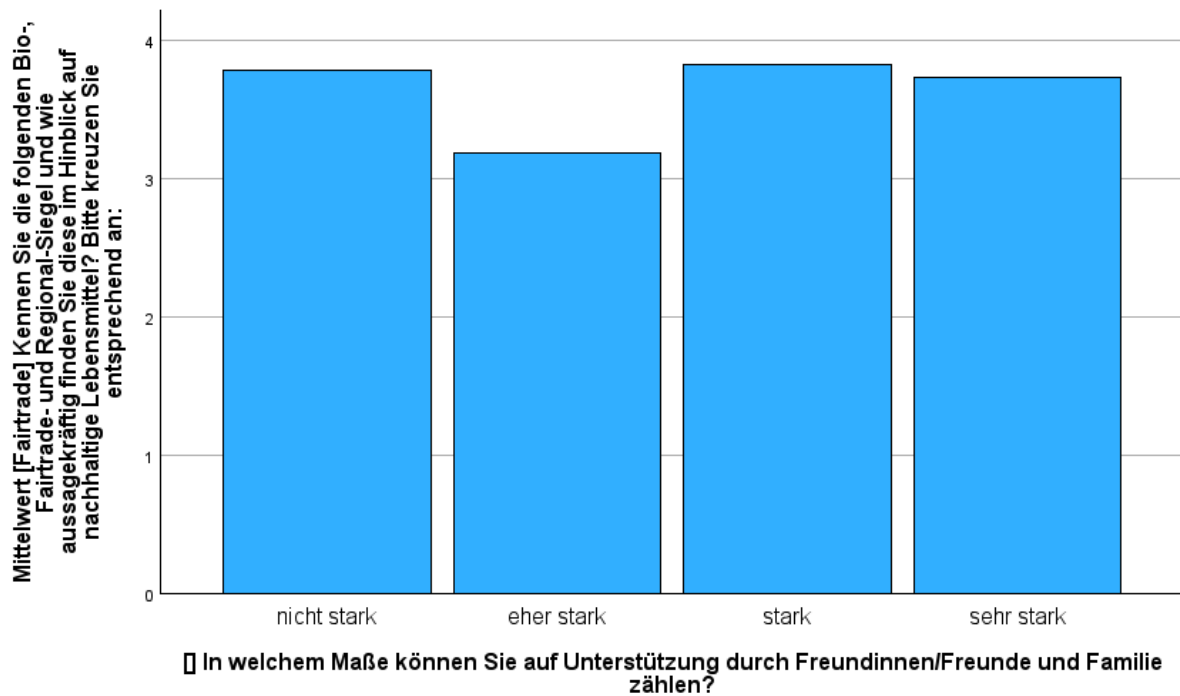


Abbildung 24 Zusammenhang zwischen der Bewertung des Fairtrade-Siegels hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel und familiärer und freundschaftlicher Unterstützung

7.5.5 Zusammenfassung der Auswertungsergebnisse

Die Auswertung des Fragebogens dient der Beantwortung der drei Forschungsfragen und der Überprüfung der Hypothesen. Zu Beginn wurde untersucht, welche Dimension der Nachhaltigkeit am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wurde. Anschließend wurde analysiert, ob der sozioökonomische Status einen Einfluss auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln hat, also ob es einen signifikanten Zusammenhang gibt. Zuletzt wurde analysiert, ob das kulturelle Kapital Einfluss auf die Wertschätzung der sozialen Dimension im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel hat.

Die Ergebnisse zeigen, dass bei der direkten Abfrage, wie stark die Befragten die verschiedenen Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln verbinden, die gesundheitliche Dimension am häufigsten genannt wurde. Darauf folgt mit etwas Abstand die kulturelle Dimension. Die ökologische, ökonomische und soziale Dimension treten im Vergleich zu den beiden anderen Dimensionen in den Hintergrund und werden ähnlich stark mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert.

Bei den fünf abgefragten Bio-, Fairtrade- und Regional-Siegel wurde das „Fairtrade-Siegel“, welches die soziale Dimension vertritt, am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln in

Verbindung gebracht. Am zweithäufigsten wurde „Bio vom Berg“ genannt, was in dieser Masterarbeit für die ökologische und kulturelle Dimension steht. Den niedrigsten Wert erreicht „Gutes vom Bauernhof“, welches die ökonomische und soziale Dimension repräsentiert. Neben den Siegeln wurden zudem weitere Fragen ausgewertet, in denen indirekte Aussagen die Dimensionen der Nachhaltigkeit repräsentieren.

Dabei wurden der „Kauf von saisonalen und regionalen Produkten“, der die ökologische, ökonomische und gesundheitliche Dimension repräsentiert und „biologisch produzierte Lebensmittel“, die für die ökologische und gesundheitliche Dimension stehen, am häufigsten mit der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln assoziiert. Am seltensten wurden die „Förderung traditioneller und kultureller Anbaumethoden“, „hoher Preis“ und „traditionelle Rezepte“ mit nachhaltigen Lebensmitteln verbunden. Die Aussagen repräsentieren die kulturelle und ökonomische Dimension.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Teilnehmer*innen die gesundheitliche Dimension sowohl bei der direkten als auch bei der indirekten Abfrage am stärksten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziieren. Dahingegen wird die ökologische Dimension bei der indirekten Abfrage stärker mit nachhaltigen Lebensmitteln verbunden als bei der direkten Abfrage. Ähnliche Ergebnisse zeigen sich bei der kulturellen Dimension, die umgekehrt bei der direkten Abfrage stärker mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wird als bei der indirekten Abfrage.

Um den Einfluss des sozioökonomischen Status auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln zu untersuchen, wurde der Zusammenhang zwischen dem Bildungsstand, der in „akademische“ und „nicht akademische“ Gruppe zusammengefasst wurde, dem jährlichen Nettohaushaltseinkommen und dem Maß an Unterstützung durch Freund*innen und Familie mit der Wahrnehmung der einzelnen Dimensionen im Hinblick auf die Nachhaltigkeit von Lebensmitteln analysiert. Alle drei Untersuchungen weisen ein ähnliches Ergebnis auf. Die gesundheitliche Dimension wird in allen Analysen mit Abstand am stärksten mit nachhaltigen Lebensmitteln verbunden. Darauf folgt die kulturelle Dimension an zweiter Stelle, mit nur geringem Abstand zu den anderen Dimensionen. Die ökologische, ökonomische und soziale Dimension zeigen ähnliche Mittelwerte auf. Die p-Werte bestätigen die Ergebnisse, indem sie auf keinen signifikanten Zusammenhang zwischen Bildungsstand, jährlichem Nettohaushaltseinkommen und der Unterstützung durch Freund*innen und Familie und der Assoziation der Nachhaltigkeitsdimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln hinweisen.

Im Rahmen der dritten Forschungsfrage wurde zudem analysiert, ob das kulturelle, ökonomische und soziale Kapital Einfluss auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel hat. Dafür wurden drei Variablen, die die soziale Dimension der Nachhaltigkeit repräsentieren, ausgewählt und jeweils im Zusammenhang mit Einkommen, Bildungsstand und sozialer Unterstützung ausgewertet. Es konnten mit einer Ausnahme keine signifikanten Zusammenhänge festgestellt werden. In der Analyse der drei Variablen, die für die soziale Dimension der Nachhaltigkeit stehen, mit dem Bildungsstand, erreichen die Mittelwerte der „akademischen“ und „nicht akademischen“ Gruppe nahezu gleiche Werte. Die Befragten, die sich der „akademischen“ Gruppe zuordnen, ordnen faire Arbeitsbedingungen etwas öfter nachhaltigen Lebensmitteln zu, als die „nicht akademische“ Gruppe. Die „nicht akademische“ Gruppe wiederum gibt bei einer Bewertungsskala häufiger an, dass faire Arbeitsbedingungen wichtig im Hinblick auf die Nachhaltigkeit von Lebensmitteln sind, als die „akademische“ Gruppe. Auch in Bezug auf die Aussagekraft des „Fairtrade-Siegels“ ordnet die „nicht akademische“ Gruppe diese stärker nachhaltigen Lebensmitteln zu als die „akademische“ Gruppe. Wie die Ergebnisse darstellen, lässt sich im Zusammenhang mit dem Bildungsstand kein eindeutiges Verhaltensmuster feststellen.

Die unterschiedlichen Mittelwerte, die sich in der Analyse von der Häufigkeit der Zuordnung von fairen Arbeitsbedingungen zu nachhaltigen Lebensmitteln im Zusammenhang zum Einkommen ergeben, stehen im Gegensatz zum Signifikanzniveau. Dieses zeigt, dass ein signifikanter Zusammenhang zwischen den Variablen festgestellt werden konnte. Die Mittelwerte zeigen diesbezüglich allerdings kein eindeutiges Muster auf. Die niedrigste Einkommensgruppe („<15 000 €“) ordnet faire Arbeitsbedingungen am häufigsten nachhaltigen Lebensmitteln zu, gefolgt von der höchsten Einkommensgruppe („>70 000 €“). Bei der Einschätzung, wie stark die Befragten faire Arbeitsbedingungen mit nachhaltigen Lebensmitteln verbinden zeigen alle Einkommensgruppen („> 15 000 €“, „15 000 € - 30 000 €“, „30 000 € - 45 000 €“ und „45 000 € - 70 000 €“) außer der höchsten, ähnlichen Mittelwerte. Die Einkommensgruppe „>70 000 €“ zeigt die geringste Zustimmung dazu, dass faire Arbeitsbedingungen zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beitragen. Auch das „Fairtrade-Siegel“ wird von der höchsten Einkommensgruppe („>70 000 €“) am wenigsten aussagekräftig hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel eingeschätzt. Am aussagekräftigsten wird dieses von der Einkommensgruppe „30 000 € - 45 000 €“ bewertet.

Es wurde zudem untersucht, ob das Maß an sozialer Unterstützung Einfluss darauf hat, wie häufig die Befragten faire Arbeitsbedingungen nachhaltigen Lebensmitteln zuordnen. So ordnet

die Gruppe mit „starker“ familiärer und freundschaftlicher Unterstützung faire Arbeitsbedingungen am häufigsten nachhaltigen Lebensmitteln zu. Am zweithäufigsten werden diese von der Gruppe, die keine starke soziale Unterstützung erfährt, mit nachhaltigen Lebensmitteln verbunden. Die Bewertung, wie stark die Befragten faire Arbeitsbedingungen mit der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln assoziieren, fällt am höchsten in der Gruppe mit „sehr starker“ und am zweithöchsten in der Gruppe mit keiner starken sozialen Unterstützung aus. So liegt die Gruppe, die ihren freundschaftlichen und sozialen Rückhalt als „nicht stark“ einschätzt auch bei der Bewertung der Aussagekraft des „Fairtrade-Siegels“ im Kontext nachhaltiger Lebensmittel auf zweiter Stelle hinter der Gruppe mit „starker“ familiärer und freundschaftlicher Unterstützung.

7.6 Limitationen

Durch die Ergebnisse dieser Masterarbeit sollen wertvolle Einblicke in die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln gewonnen werden. Deshalb ist es wichtig einige Limitationen zu berücksichtigen, die dazu führen könnten, dass die Generalisierbarkeit und Validität der Ergebnisse eingeschränkt werden. Diese Limitationen können zu einer Verzerrung der Ergebnisse, auch Bias genannt, führen (Steiner & Benesch, 2021). Im Rahmen der Umfrage wurde versucht alle Bevölkerungsschichten zu erreichen und abzudecken. Dennoch ist die Anzahl der Befragten bei Bildungsstand, Einkommen und sozialer Unterstützung ungleich verteilt, wodurch es zu einer Verzerrung der Ergebnisse kommen könnte. Bei den Bildungsabschlüssen haben beispielsweise nur 2,3 % angegeben einen Pflichtschulabschluss zu haben, 11,4 % haben eine berufsbildende mittlerer Schule ohne Matura abgeschlossen und 43% ordnen sich in die Gruppe mit Universitäts-/Fachhochschulabschluss ein. Die Einkommensgruppen sind im Gegensatz dazu gleichmäßiger verteilt, allerdings gibt es eine Ausnahme bei der höchsten Einkommensgruppe („> 70 000 €“), welche nur mit 4,4 % vertreten ist. Das gezielte Ansprechen von Personen in Hinsicht auf einer bestimmten Vorstellung von Einkommen oder Bildungsstand ist schwer umsetzbar, da diese Eigenschaften äußerlich schwer bis gar nicht beurteilt werden können.

Auch bei den demographischen Daten, wie dem Alter, ist eine ungleiche Verteilung vorhanden. Die größte Gruppe stellen Personen im Alter zwischen 20 und 35 dar, mit einem Anteil von 61,4 %. Demgegenüber sind nur 7,89 % der Befragten der Gruppe über 65 Jahre zuzuordnen. Obwohl die Befragungen zu verschiedenen Tageszeiten an unterschiedlichen Orten durchgeführt wurden, war es schwieriger, diese Altersgruppe zu akquirieren, da ältere Personen

zum Teil mit dem Begriff der Nachhaltigkeit nichts anfangen konnten bzw. auch Misstrauen gegenüber der Person, die die Befragung durchgeführt hat, geäußert haben.

Hinzu kommt, dass die Umfrage eine Fallzahl von 114 Befragten umfasst, die den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben. Die Grundgesamtheit, auf die geschlossen werden soll, bezieht sich auf das Stadtgebiet Innsbruck. Um repräsentative Forschungsergebnisse in diesem Bereich erzielen zu können und signifikante Zusammenhänge festzustellen, ist für zukünftige Forschungen ein größeres Sampling notwendig.

Eine Verzerrung der Ergebnisse kann zudem durch multivariate Einflüsse verursacht werden. Das bedeutet, dass eine dritte Variable, die nicht im Fokus der Untersuchung gestanden ist, einen Einfluss auf die untersuchten Variablen hat (Podsakoff et al., 2003). Dem konnte in dieser Masterarbeit, aufgrund des zu großen Ausmaßes, nicht nachgegangen werden. Um ein besseres Verständnis für die Komplexität der Zusammenhänge zwischen sozioökonomischen Status und der Wahrnehmung nachhaltiger Lebensmittel zu schaffen, ist für künftige Forschungen empfehlenswert, diesen Aspekt zu berücksichtigen.

Die Durchführung der Datenerhebung fand auf der Straße statt, wobei die Befragten entweder per QR-Code auf dem eigenen Handy, an einem bereitgestellten Tablet oder durch das Vorlesen der Fragen durch die Interviewerin die Möglichkeit zur Teilnahme hatten. Durch dieses Vorgehen sollte es den Befragten ermöglicht werden, die Umfrage so angenehm und an sie angepasst wie möglich durchzuführen. Es bestand außerdem die Möglichkeit, wenn die Fragen vorgelesen wurden, sensible Daten dennoch selbst auszufüllen. Trotz dessen könnte die Anwesenheit der Interviewerin die Antworten der Befragten beeinflusst haben und zu einer Verzerrung hinsichtlich sozialer Erwünschtheit geführt haben.

Bei der Umfrage ist es außerdem zu Herausforderungen bezüglich des Sprachverständnisses gekommen. Einige Personen, die bereit waren, den Fragebogen auszufüllen, haben den Begriff der Nachhaltigkeit aufgrund von sprachlichen Barrieren nicht ausreichend verstanden, um die Fragen beantworten zu können. Das führt dazu, dass möglicherweise gewisse Bevölkerungsgruppen nicht adäquat vertreten sind bzw. erfasst werden konnten.

In dieser Umfrage wurde versucht, diverse Bevölkerungsgruppen zu erreichen. Dennoch kann es aufgrund der angegebenen Aspekte zu einer Verzerrung der Ergebnisse gekommen sein. Basierend auf den angegebenen Limitationen sind für künftige Forschungen eine größere und

diversere Stichprobe, eine multivariate Analyse und eine multilinguale Befragung empfehlenswert.

8. Diskussion

Ziel dieser Masterarbeit ist es, einen Einblick in die Komplexität der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln zu schaffen. Dabei soll herausgefunden werden, welche Dimension der Nachhaltigkeit am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wird, ob der sozioökonomische Status einen Einfluss auf diese Wahrnehmung hat und wie die Wahrnehmung der sozialen Dimension durch das kulturelle, ökonomische und soziale Kapital beeinflusst wird. In diesem Rahmen wurde eine Umfrage anhand eines Fragebogens durchgeführt, die im Stadtgebiet Innsbruck stattfand und von 114 Teilnehmer*innen vollständig ausgefüllt wurde. Im Folgenden werden die Ergebnisse der Auswertung anhand des Forschungsstandes (Kapitel 2), des konzeptionellen Rahmens (Kapitel 3) und der theoretischen Grundlage (Kapitel 4) analysiert und diskutiert.

8.1 Beantwortung der Forschungsfrage 1

„Welche Dimensionen der Nachhaltigkeit werden am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert?“

Im wissenschaftlichen Kontext der nachhaltigen Entwicklung wird die Gleichwertigkeit der verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen betont. Die ökologische, ökonomische, soziale, kulturelle und gesundheitliche Dimension sind nicht eindeutig voneinander abgrenzbar, sondern miteinander verflochten und beeinflussen einander (Pufé, 2017). Diese Gleichwertigkeit spiegelt sich jedoch nicht in der Wahrnehmung der Verbraucher*innen wider, die einige Dimensionen stärker hervorheben. Aspekte wie Umweltschutz, Klimaverträglichkeit und die Reduktion von CO₂ nehmen eine zentrale Rolle in der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln ein (BMEL, 2019; Hanss & Böhm, 2012). Das Bewusstsein für die ökologische Dimension wurde zudem durch globale Zusammenschlüsse wie dem Pariser Klimaabkommen 2015 und die Einführung von nachhaltigen Labels wie dem „Eco-Score Label“ gestärkt (Lin & Niu, 2018; Taillie et al., 2024). Im Gegensatz dazu zeigen die Ergebnisse dieser Masterarbeit, dass die Befragten die gesundheitliche Dimension am stärksten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziieren.

In Abgrenzung zu den Ergebnissen die aus dieser Masterarbeit hervorgehen, wird im wissenschaftlichen Diskurs die gesundheitliche Dimension als relevant angesehen, jedoch nicht von den anderen Dimensionen hervorgehoben. Das Bundesministerium für Ernährung und

Landwirtschaft (2019) und Grunert et al. (2014) zeigen auf, dass die gesundheitliche Dimension eine unterstützende Funktion hinsichtlich der Lebensqualität darstellt. Aktuellere Arbeiten wie die von Nian et al. (2023) deuten darauf hin, dass gesundheitsfördernde Lebensmittel immer stärker in den Fokus gerückt werden und einen zentralen Bestandteil hinsichtlich der Nachhaltigkeitsdebatte darstellen. Dies zeigt, ähnlich wie die Ergebnisse dieser Masterarbeit, dass das Bewusstsein für die Auswirkungen der Ernährung auf die Gesundheit gestiegen ist.

Obwohl die gesundheitliche Dimension sowohl bei der direkten, als auch bei der indirekten Abfrage am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wird, zeigen sich bei den anderen Dimensionen Unterschiede je nach Befragungsart auf. Bei der Betrachtung der Aussagekraft von Nachhaltigkeitslabels hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel, wird die soziale Dimension, die durch das „Fairtrade-Siegel“ repräsentiert wurde, am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert. Eine Herausforderung bei der Untersuchung der Aussagekraft der Siegel war, dass die einzelnen Dimensionen nicht immer klar voneinander abgrenzbar waren. So deckt beispielsweise das Label „Bio vom Berg“, das am zweithäufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln verbunden wurde, sowohl die ökologische, als auch die kulturelle Dimension ab. Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten je nach Kontext unterschiedliche Dimensionen stärker gewichten, was darauf hindeutet, dass sie nachhaltige Lebensmittel, ähnlich wie im wissenschaftlichen Diskurs (Béné et al., 2019) als mehrdimensional und komplex wahrnehmen. Basierend auf der starken Bewertung von „Bio vom Berg“, was für Regionalität im Raum Innsbruck steht, kann die Annahme getroffen werden, dass den Labels nicht nur objektive Aussagekraft zugesprochen wird, sondern auch ein emotionaler Bezug besteht.

Die ökologische Dimension, die bei der direkten Abfrage hinter der gesundheitlichen und kulturellen Dimension zurückliegt und ähnliche Mittelwerte wie die soziale und ökonomische Dimension aufzeigt, wird bei der indirekten Abfrage stärker mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert. Ein umgekehrtes Bild findet sich bei der kulturellen Dimension, die bei der direkten Abfrage, häufiger mit nachhaltigen Lebensmitteln in Verbindung gebracht wird, wie bei der indirekten Abfrage. Ein Erklärungsansatz für diese Ergebnisse könnte sein, dass die ökologische Nachhaltigkeitsdimension nicht nur eine starke Medienpräsenz hat, sondern im Hinblick auf Nachhaltigkeit eine langjährige Präsenz im öffentlichen und wissenschaftlichen Diskurs vorweist (IPCC, 2021; Poore & Nemecek, 2018). Die häufige Konfrontation mit der Thematik kann dazu führen, dass ökologische Aspekte verinnerlicht wurden und dadurch unbewusst die Denkweise und Wahrnehmung bezüglich Nachhaltigkeit prägt (Bourdieu &

Wacquant, 1996). Da die kulturelle Dimension im Nachhaltigkeitsdiskurs vergleichsweise spät in den Fokus gerückt wurde, scheint die Thematik vor allem auf bewusster Ebene präsent zu sein.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die gesundheitliche Dimension am stärksten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wurde, was darauf hindeutet, dass das Bewusstsein für den Zusammenhang von Lebensmitteln/Ernährung und Gesundheit wächst. Es widerlegt zudem die Hypothese, dass die ökologische Dimension am stärksten mit nachhaltigen Lebensmitteln verbunden wird. Die ökologische, ökonomische, soziale und kulturelle Dimension werden von den Befragten ähnlich stark gewichtet hinsichtlich der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln. Das zeigt, dass Nachhaltigkeit von den Befragten als eine komplexe Thematik aufgefasst wird, die sich nicht auf einzelne Nachhaltigkeitsdimensionen reduzieren lässt. Die Ergebnisse zeigen zudem, dass die Sozialisation in Form von Wissensvermittlung eine Rolle spielt, da die ökologische Dimension, die eine starke Medienpräsenz erfährt, unbewusst stärker mit nachhaltigen Lebensmitteln verbunden wird als bewusst. Dem hingegen wird die kulturelle Dimension, die eine schwächere Medienpräsenz erfahren hat, bewusst stärker mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert als unbewusst.

8.2 Beantwortung der Forschungsfrage 2

„Hat der sozioökonomische Status Einfluss auf das Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln?“

Im Rahmen der zweiten Forschungsfrage, wird basierend auf Bourdieus Theorie analysiert, ob der sozioökonomische Status einen Einfluss auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln hat. Als Maße des sozioökonomischen Status wurden der Bildungsstand, das jährliche Nettohaushaltseinkommen und das Maß an Unterstützung durch Freund*innen und Familie als Repräsentanten des kulturellen, ökonomischen und sozialen Kapitals verwendet. Das symbolische Kapital wurde in dieser Masterarbeit vernachlässigt, da dieses schwer messbar ist. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass der sozioökonomische Status keinen Einfluss darauf hat, wie die einzelnen Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert werden.

Nach Bourdieu wird jedes Individuum geprägt durch dessen Position im sozialen Raum, die durch die Verteilung und dem Volumen des kulturellen, ökonomischen und sozialen Kapitals bestimmt wird (Bourdieu, 1985). Der Habitus, der sowohl als inneres Muster unsere Handlungen und Einstellungen strukturiert, als auch durch die eigenen Handlungen und

Interaktionen fortlaufend von den Individuen geformt wird, ist der wesentliche Aspekt der unsere Denkmuster und Wahrnehmung bestimmt (Diaz-Bone, 2010). Basierend auf dieser Theorie, wurde angenommen, dass der sozioökonomische Status einen wesentlichen Einfluss auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln hat (Darmon & Drewnowski, 2008). Es wurde daher angenommen, dass die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln, je nach sozioökonomischen Status variiert (Fernández-Alvira et al., 2015). Diese Annahme konnte durch die Ergebnisse dieser Masterarbeit nicht bestätigt werden, die zeigen, dass weder Bildungsstand noch das jährliche Nettohaushaltseinkommen noch der Grad an Unterstützung von Freund*innen und Familie einen signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung der Nachhaltigkeitsdimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel haben. Daraus lässt sich schließen, dass die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln unabhängig von der Position im sozialen Raum und der individuellen Kapitalstruktur ist. Die zunehmende Medienpräsenz von Nachhaltigkeitsthemen könnte dazu führen, dass Menschen, unabhängig von ihrer sozialen Position, einen ähnlichen Wissensstand aufgebaut haben, wodurch die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln homogenisiert wird (Geiger et al., 2019). Somit nimmt die Thematik der nachhaltigen Lebensmittel gesellschaftsübergreifende Normen und Werte an, die den Einfluss des Habitus verringern.

Die starke Assoziation der gesundheitlichen Dimension mit nachhaltigen Lebensmitteln zeigt ein wachsendes Bewusstsein über den Zusammenhang von Lebensmitteln und Gesundheit. Es könnte zudem darauf hindeuten, dass individuelle Aspekte, wie die eigene Gesundheit, eine größere Gewichtung einnehmen, wie gesellschaftliche Vorteile, die vor allem durch die soziale, ökologische, ökonomische und kulturelle Dimension widerspiegelt werden. Im Hinblick auf Bourdieus Theorie könnte die Gesundheit als symbolisches Kapital gesehen werden, da sie ein universelles Gut darstellt, das über die sozioökonomischen Abgrenzungen hinweg geschätzt wird und deshalb erstrebenswert ist (Bourdieu, 1987).

Die Ergebnisse zeigen, dass der sozioökonomische Status keinen Einfluss auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln hat, was darauf schließen lässt, dass die Wahrnehmung nachhaltiger Lebensmittel gesellschaftsübergreifenden Normen und Werten unterliegt, die sich gegenüber dem Habitus durchsetzen (Barlösius, 2011). Am stärksten wird die gesundheitliche Dimension mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert, was darauf hinweisen könnte, dass der individuelle Vorteil stärkere Gewichtung hat, als die gesellschaftlichen Aspekte. Für die Interpretation der Ergebnisse bleibt zudem zu erwähnen, dass die Befragten ihre Antworten aufgrund von sozialer Erwünschtheit gegeben haben

könnten, wodurch das Ergebnis verzerrt sein könnte (Dillman et al., 2015). Es muss zudem beachtet werden, dass das Zusammenspiel zwischen den Kapitalsorten deutlich komplexer sein könnte, dies durch eine Kreuztabelle allerdings nicht erfasst werden kann. Sowohl diese Tatsache, als auch ein größeres Sampling lassen vermuten, dass weiterführende, differenzierte Analysen notwendig sind, um die Komplexität der Zusammenhänge zwischen sozioökonomischem Status und der Wahrnehmung nachhaltiger Lebensmittel umfassend zu erfassen.

8.3 Beantwortung der Forschungsfrage 3

„Welchen Einfluss haben das ökonomische, soziale und kulturelle Kapital auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel?“

Im Rahmen der dritten Forschungsfrage sollte herausgefunden werden, welchen Einfluss das kulturelle, ökonomische und soziale Kapital auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel haben. Anhand des kulturellen, ökonomischen und sozialen Kapitals wird laut Bourdieu die Position im sozialen Raum bestimmt und damit die Wahrnehmung und Denkmuster beeinflusst (Bourdieu, 1985). Daran orientierend wurde die Hypothese aufgestellt, dass Personen mit einem hohen sozioökonomischen Status die soziale Dimension häufiger mit nachhaltigen Lebensmitteln verbinden. Durch ihren Bildungsstand, ihre finanziellen Mittel und ihr soziales Umfeld werden Personen mit hohem sozioökonomischen Status stärker auf Themen wie soziale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit aufmerksam gemacht und verfügen zudem über die Ressourcen sich vertieft mit der Frage auseinanderzusetzen.

Im Widerspruch zu Studien von Chekima et al. (2016) und Figueroa-García et al. (2018), die aufzeigen, dass der Bildungsgrad einen Einfluss auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln hat, zeigt das kulturelle Kapital, das anhand des Bildungsstandes ermittelt wurde, keinen signifikanten Zusammenhang zur Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln. So zeigen die „akademische“ und „nicht akademische“ Gruppe ähnliche Werte bei der Zuordnung fairer Arbeitsbedingungen, die für die soziale Dimension stehen, zu nachhaltigen Lebensmitteln, wobei die „akademische“ Gruppe faire Arbeitsbedingungen etwas häufiger nachhaltigen Lebensmitteln zuordnet als die „nicht akademische“ Gruppe. Dem gegenüber verbindet die „nicht akademische“ Gruppe faire Arbeitsbedingungen stärker mit nachhaltigen Lebensmitteln und bewerten das „Fairtrade-

Siegel“, das auch für die soziale Dimension steht, als aussagekräftiger hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln als die „akademische“ Gruppe. Die Ergebnisse zeigen, dass die Wahrnehmung der sozialen Nachhaltigkeitsdimension nicht vom Bildungsstand alleine geprägt wird, sondern auch durch gesellschaftliche Normen.

Im Hinblick auf das ökonomische Kapital lässt sich auch kein eindeutig signifikanter Zusammenhang feststellen. Die verschiedenen Einkommensgruppen bewerten die soziale Dimension sehr ähnlich hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln. Eine Ausnahme bildet die höchste Einkommensgruppe („>70 000 €“), die bei einer Frage deutlich hinter den anderen Gruppen abfällt hinsichtlich der Assoziation der sozialen Dimension mit nachhaltigen Lebensmitteln. Dies ist allerdings nur eine kleine Abweichung, da die höchste Einkommensgruppe im Vergleich zu den anderen Einkommensgruppen ansonsten ähnliche bis höhere Werte hinsichtlich der Einschätzung der sozialen Dimension aufweist. Diese Erkenntnisse stehen im Widerspruch zu der Studie von Rezai et al. (2013) die eine größere Bereitschaft zum Kauf von nachhaltigen Lebensmitteln festgestellt haben, je höher das Einkommen ist. Da es sich bei dieser Studie um den Kauf von nachhaltigen Lebensmitteln und nicht um die Wahrnehmung handelt, lässt sich daraus ableiten, dass das Konsumverhalten und die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln nicht miteinander einhergehen. Es zeigt zudem, dass der Besitz von ökonomischem Kapital nicht zwangsläufig mit einer differenzierteren Wahrnehmung der sozialen Dimension einhergeht.

Ähnliche Ergebnisse zeigen sich auch hinsichtlich des sozialen Kapitals, dass von dem Maß an Unterstützung von Freund*innen und Familie repräsentiert wird. So verbindet die Gruppe, die keine starke Unterstützung von Familie und Freund*innen erfährt, die soziale Dimension ähnlich häufig mit nachhaltigen Lebensmitteln wie Personen mit starker oder sehr starker sozialer Unterstützung. Demgegenüber zeigt die Studie von Carrus et al. (2018), dass die soziale Identität und soziale Verflechtungen die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln beeinflusst. Auch Bourdieu ordnet dem sozialen Kapital eine bedeutende Rolle zu, das ein Netzwerk an Beziehungen darstellt, das die Wahrnehmung von sozialen Themen prägt (Bourdieu, 1985). Die Ergebnisse dieser Masterarbeit können darauf hinweisen, dass nicht nur das Maß an sozialen Rückhalt, sondern auch die Art der sozialen Beziehung ausschlaggebend ist. So können spezifische Netzwerke einen stärkeren Einfluss auf die Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel haben, als der Grad an sozialer Unterstützung.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die soziale Dimension von Personen mit unterschiedlichem sozioökonomischen Status ähnlich wahrgenommen wird. Das zeigt, dass Themen wie soziale Gerechtigkeit und faire Arbeitsbedingungen in allen Gesellschaftsschichten relevant sind und nicht ausschließlich ein Privileg für Personen mit besserem Zugang zu Bildung, höherem ökonomischen Kapital und starkem sozialen Geflecht sind. Das deutet darauf hin, dass das kulturelle, ökonomische und soziale Kapital nicht allein die Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel bestimmen, sondern auch andere Faktoren Einfluss darauf haben können. Es ist dennoch wichtig zu erwähnen, dass die Ergebnisse aufgrund der geringen Fallzahl und der ungleichen Verteilung innerhalb der sozioökonomischen Gruppen verzerrt sein könnten (siehe Kapitel 9).

9. Conclusio

In dieser Masterarbeit wird deutlich, dass die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln ein komplexes Thema ist, das im Hinblick auf die Folgen des Klimawandels (siehe Kapitel 1) immer mehr an Bedeutung gewinnt. Die globale Erwärmung ist eine der größten Bedrohungen der Menschheit, der es gilt mit angepassten Nachhaltigkeitsstrategien entgegenzuwirken (Nikendei et al., 2020). Dafür muss Nachhaltigkeit in ihrer Komplexität verstanden und auf allen Ebenen zusammengearbeitet werden. Für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien ist nicht nur die staatliche, politische Ebene verantwortlich, sondern auch jedes einzelne Individuum (FAO, 2019; Grunert et al., 2014). Eine nachhaltige Entwicklung kann nur erreicht werden, wenn sowohl die Makro-, als auch die Mikro-Ebene miteinbezogen wird (BMEL, 2023). Deshalb ist es wichtig Bewusstsein für Nachhaltigkeit im Allgemeinen, aber auch für nachhaltige Ernährung im expliziten zu schaffen, weil dies ein Themengebiet ist mit dem sich jede/jeder einzelne im Alltag auseinandersetzen kann. Um eine global nachhaltige Entwicklung gewährleisten zu können ist es wichtig herauszufinden, wie die Nachhaltigkeit von Lebensmitteln wahrgenommen wird, um gezielt mehr Bewusstsein dafür schaffen zu können. Deshalb wurde in dieser Masterarbeit untersucht welche Nachhaltigkeitsdimensionen in der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln eine Rolle spielen und ob es einen Einfluss durch den sozioökonomischen Status gibt.

Aus der Auswertung der Ergebnisse geht hervor, dass die gesundheitliche Dimension am häufigsten mit nachhaltigen Lebensmitteln assoziiert wurde, was darauf hinweist, dass das Bewusstsein über den Einfluss von Ernährung auf die Gesundheit bereits vorhanden ist und immer mehr anwächst (Nian et al., 2023). Die ökonomische, ökologische, soziale und kulturelle Dimension wurden hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Lebensmittel ähnlich gewichtet. Diese Erkenntnis deutet darauf hin, dass das komplexe wissenschaftliche Verständnis von Nachhaltigkeit auch von Personen geteilt wird, die sich nicht im wissenschaftlichen Kontext mit Nachhaltigkeit beschäftigen (Béné et al., 2019). Aus den Ergebnissen geht zudem hervor, dass die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln weniger vom Habitus, sondern von gesellschaftsübergreifenden Normen und Werte geprägt wird.

Basierend auf Bourdieus Theorie wurde zudem untersucht, welchen Einfluss der sozioökonomische Status auf die Wahrnehmung der einzelnen Dimensionen hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel hat. Die theoretische Grundlage von Bourdieu besagt, dass die Wahrnehmung und Denkmuster durch den Habitus und der Position im sozialen Raum und

damit von der Verteilung des kulturellen, ökonomischen und ökologischen Kapitals geformt werden. In dieser Masterarbeit konnte jedoch kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem sozioökonomischen Status und der Wahrnehmung der Dimensionen im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel festgestellt werden. Im Rahmen von Bourdieus Theorie wurde angenommen, dass Personen die über ein höheres kulturelles, ökonomisches und soziales Kapital verfügen, ein Umfeld haben in dem soziale Gerechtigkeit und soziale Nachhaltigkeit stärker diskutiert werden und ihnen zudem die Ressourcen zur Verfügung stehen sich intensiver mit den Themengebieten auseinanderzusetzen. In diesem Zuge wurde die Hypothese aufgestellt, dass Personen mit einem höheren sozioökonomischen Status die soziale Dimension stärker mit nachhaltigen Lebensmitteln verbinden, als Personen mit einem schwächeren sozioökonomischen Gefüge. Allerdings konnte auch bei dieser differenzierten Betrachtung kein signifikanter Zusammenhang zwischen kulturellen, ökonomischen und sozialen Kapital und der Wahrnehmung der sozialen Dimension hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel festgestellt werden. Dies könnte davon abgeleitet werden, dass durch die Medienpräsenz der Nachhaltigkeitsdiskussion der Wissensstand unabhängig vom sozioökonomischen Status homogenisiert wird (Geiger et al., 2019). Es zeigt zudem auf, dass Themen wie soziale Gerechtigkeit und faire Arbeitsbedingungen in allen Gesellschaftsschichten relevant sind und nicht mehr dem Privileg von hohem sozialem, kulturellem und ökonomischem Kapital unterlegen sind. Das bedeutet, dass nachhaltige Lebensmittel nicht mehr als ein spezielles Interessensgebiet, das bestimmten sozialen Schichten vorbehalten ist, angesehen werden kann, sondern zunehmend von globalen Normen und Werten geprägt wird.

Für eine gezielte Bewusstseinschaffung hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel sind weitere Studien erforderlich, um die Zusammenhänge besser verstehen zu können. Um die Bedeutung des Einflusses des sozioökonomischen Status auf die Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln besser zu verstehen, ist eine größere und diversere Stichprobe, als in dieser Masterarbeit erhoben wurde, zu empfehlen. Für die Gewinnung weiterer Erkenntnisse bietet sich zudem an die Multidimensionalität, also der mögliche Einfluss einer weiteren Variable auf den Zusammenhang zwischen dem Verständnis von nachhaltigen Lebensmitteln und den sozioökonomischen Status, zu berücksichtigen (Podsakoff et al., 2003).

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Wahrnehmung von nachhaltigen Lebensmitteln trägt dazu bei politische und gesellschaftliche Nachhaltigkeitsstrategien zu entwickeln (Vermeir & Verbeke, 2008). Die Erkenntnisse, die aus dieser Masterarbeit hervorgehen, sollen zur Diskussion über die Nachhaltigkeit von Lebensmitteln beitragen und

eine Inspiration für weitere tiefergehende Forschungen darstellen. Im Hinblick auf den fortschreitenden Klimawandel sind Studien in verschiedenen Bereichen der Nachhaltigkeit erforderlich um einen ganzheitlichen Ansatz zur nachhaltigen Entwicklung zu entwerfen (Béné et al., 2019). Angesichts der wachsenden Bedeutung der Wahrnehmung und des Konsums von nachhaltigen Lebensmitteln für eine zukunftsfähige Gesellschaft, spielen weitere Forschungen eine zentrale Rolle um Lösungsansätze für die Herausforderung des Klimawandels zu entwickeln.

Literaturverzeichnis

Atkinson, W. (2021). The structure of food taste in 21 st century Britain. *The British Journal of Sociology*, 72(4), 891–908. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12876>

Barlösius, E. (2011). *Pierre Bourdieu* (2. Aufl.). *Campus-Studium*. Campus-Verl.

Beaulac, J., Kristjansson, E. & Cummins, S. (2009). A systematic review of food deserts, 1966-2007. *Preventing chronic disease*, 6(3), A105.

Béné, C., Oosterveer, P., Lamotte, L., Brouwer, I. D., Haan, S. de, Prager, S. D., Talsma, E. F. & Khoury, C. K. (2019). When food systems meet sustainability – Current narratives and implications for actions. *World Development*, 113, 116–130. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.08.011>

BMEL. (2019). *Das Menschenrecht auf Nahrung verwirklichen - die wichtigsten politischen Meilensteine*. <https://www.bmel.de/DE/themen/internationales/agenda-2030/menschenrecht-auf-nahrung-historie.html>

BMEL. (2023, 13. Oktober). *Deutschland, wie es isst - der BMEL- Ernährungsreport 2023*. <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/ernaehrungsreport2023.html>

Bourdieu, P. (1985). *Sozialer Raum und "Klassen" Leçon sur la leçon: Zwei Vorlesungen* (B. Schwibs, Übers.) (Erste Auflage). *Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft: Bd. 500*. Suhrkamp.

Bourdieu, P. (1987). *Sozialer Sinn: Kritik der theoretischen Vernunft* (G. Seib, Übers.) (Erste Auflage). Suhrkamp Verlag.

Bourdieu, P., Schwibs, B. & Russer, A. (1987). *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. *Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft: Bd. 658*. Suhrkamp.

Bourdieu, P. & Wacquant, L. (1996). *Reflexive Anthropologie* (H. Beister, Übers.) (Erste Auflage). Suhrkamp.

Braun, J. von. (2015). *Welternährung und Nachhaltigkeit: Herausforderungen und Strategien für das 21. Jahrhundert ; [5. Carl-von-Carlowitz-Vorlesung des Rates für Nachhaltige Entwicklung am 17. September 2014. Carl-von-Carlowitz-Reihe: Band 4*. oekom.

Burlingame, B. (2012). *Sustainable diets and biodiversity - Directions and solutions for policy research and action: Proceedings of the International Scientific Symposium Biodiversity and Sustainable Diets United Against Hunger*. FAO.

Carrus, G., Pirchio, S. & Mastandrea, S. (2018). Social-Cultural Processes and Urban Affordances for Healthy and Sustainable Food Consumption. *Frontiers in psychology*, 9, 2407. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02407>

Caso, G. & Vecchio, R. (2022). Factors influencing independent older adults (un)healthy food choices: A systematic review and research agenda. *Food research international (Ottawa, Ont.)*, 158, 111476. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2022.111476>

Chekima, B., Chekima, S., Syed Khalid Wafa, S. A. W., Igau, O. @. A. & Sondoh, S. L. (2016). Sustainable consumption: the effects of knowledge, cultural values, environmental advertising, and demographics. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 23(2), 210–220. <https://doi.org/10.1080/13504509.2015.1114043>

Chiarini, A. (2015). *Sustainable Operations Management*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-14002-5>

Connor, M., Cuong, O. Q., Demont, M., Sander, B. O. & Nelson, K. (2022). The influence of climate change knowledge on consumer valuation of sustainably produced rice in Vietnam. *Sustainable Production and Consumption*, 31, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.01.034>

Darmon, N. & Drewnowski, A. (2008). Does social class predict diet quality? *The American journal of clinical nutrition*, 87(5), 1107–1117. <https://doi.org/10.1093/ajcn/87.5.1107>

Diaz-Bone, R. (2010). Theorie der Distinktion. In R. Diaz-Bone (Hrsg.), *Kulturwelt, Diskurs und Lebensstil* (S. 21–70). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91940-9_2

Diaz-Bone, R. (2013). *Statistik für Soziologen* (2., überarb. Aufl.). *UTB Basics: Bd. 2782*. UVK-Verl.-Ges; UVK Lucius.

Dillman, D. A., Smyth, J. D. & Christian, L. M. (2015). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method* (4. ed.). Wiley.

<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=827492>

Dixson-Declève, S., Gaffney, O. & Ghosh, J. (2022). *Earth for all: Ein Survivalguide für unseren Planeten : der neue Bericht an den Club of Rome, 50 Jahre nach "Die Grenzen des Wachstums"* (R. Seuß, Übers.) (3. Auflage). oekom.

Döring, N. (2023). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* (6., vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage). *Lehrbuch*. Springer. <http://www.springer.com/> <https://doi.org/10.1007/978-3-662-64762-2>

Dragusanu, R., Giovannucci, D. & Nunn, N. (2014). The Economics of Fair Trade. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 217–236. <https://doi.org/10.1257/jep.28.3.217>

Ermann, U., Ernst Langthaler, Marianne Penker & Markus Schermer. (2018). *Agro-food studies: Eine Einführung. UTB: Bd. 4830*. Böhlau.

FAO. (2006). *Livestock's long shadow: Environmental issues and options*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

FAO. (2013). *Tackling climate change through livestock: A global assessment of emissions and mitigation opportunities*. FAO. <http://www.fao.org/docrep/018/i3437e/i3437e.pdf>

FAO. (2019). *Sustainable healthy diets: Guiding principles*. FAO. <https://permalink.obvsg.at/AC15637510>

FAO, IFAD, UNICEF, WFP & WHO. (2023). *The State of Food Security and Nutrition in the World 2023: Urbanization, agrifood systems transformation and healthy diets across the rural–urban continuum*. FAO. <https://doi.org/10.4060/cc3017en>

Fernández-Alvira, J. M., Börnhorst, C., Bammann, K., Gwozdz, W., Krogh, V., Hebestreit, A., Barba, G., Reisch, L., Eiben, G., Iglesia, I., Veidebaum, T., Kourides, Y. A., Kovacs, E., Huybrechts, I., Pigeot, I. & Moreno, L. A. (2015). Prospective associations between socio-economic status and dietary patterns in European children: the Identification and Prevention of Dietary- and Lifestyle-induced Health Effects in Children and Infants (IDEFICS) Study. *The British journal of nutrition*, 113(3), 517–525. <https://doi.org/10.1017/S0007114514003663>

Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th edition). SAGE edge. SAGE.

Figueroa-García, E., García-Machado, J. & Pérez-Bustamante Yábar, D. (2018). Modeling the Social Factors That Determine Sustainable Consumption Behavior in the Community of Madrid. *Sustainability*, 10(8), 2811. <https://doi.org/10.3390/su10082811>

Fröhlich, G. (Hrsg.). (2009). *Bourdieu-Handbuch: Leben - Werk - Wirkung*. Metzler. <http://www.socialnet.de/rezensionen/isbn.php?isbn=978-3-476-02235-6>

Fuchs-Heinritz, W. & König, A. (2014). *Pierre Bourdieu: Eine Einführung* (3., überarbeitete Auflage). *utb-studi-e-book: Bd. 2649*. UVK Verlags-gesellschaft mbH; UVK/Lucius. <https://elibrary.utb.de/doi/book/10.36198/9783838542331>
<https://doi.org/10.36198/9783838542331>

Fulkerson, J. A., Story, M., Neumark-Sztainer, D. & Rydell, S. (2008). Family Meals: Perceptions of Benefits and Challenges among Parents of 8- to 10-Year-Old Children. *Journal of the American Dietetic Association*, 108(4), 706–709. <https://doi.org/10.1016/j.jada.2008.01.005>

Geiger, S. M., Geiger, M. & Wilhelm, O. (2019). Environment-Specific vs. General Knowledge and Their Role in Pro-environmental Behavior. *Frontiers in psychology*, 10, Artikel 718, 718. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00718>

Generalversammlung Vereinte Nationen (Hrsg.). (2020, 28. Februar). *Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung*. <http://www.un.org/Depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf>

Grunert, K. G., Hieke, S. & Wills, J. (2014). Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use. *Food Policy*, 44, 177–189. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2013.12.001>

Hanss, D. & Böhm, G. (2012). Sustainability seen from the perspective of consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 36(6), 678–687. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01045.x>

Hauff, M. von, Schulz, R. & Wagner, R. (2018). *Deutschlands Nachhaltigkeitsstrategie. utb Politikwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft: Bd. 5055*. UVK Verlagsgesellschaft mbH; UVK/Lucius.

Hepp, A., Krotz, F. & Thomas, T. (Hrsg.). (2009). *Medien, Kultur, Kommunikation. Schlüsselwerke der Cultural Studies* (1. Aufl.). VS Verl. für Sozialwiss. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91839-6>

Hippe, A. & Wirsam, J. (2023). *Nachhaltigkeit und Innovation in internen und externen Unternehmensbeziehungen*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-41618-8>

Holfelder, A.-K. (2018). *Orientierungen von Jugendlichen zu Nachhaltigkeitsthemen*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18681-4>

Idowu, S. O. & Schmidpeter, R. (Hrsg.). (2022). *Springer eBook Collection. Case Studies on Sustainability in the Food Industry: Dealing With a Rapidly Growing Population*. Springer International Publishing; Imprint Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-07742-5>

IPCC (Hrsg.). (2021). *Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*.

Jungmichel, N., Nill, M. & Wick, K. (2020). *Von der Welt auf den Teller: Kurzstudie zur globalen Umweltinanspruchnahme unseres Lebensmittelkonsums*. <http://www.umweltbundesamt.de/publikationen>

Kaczorowska, J., Rejman, K., Halicka, E., Szczebyło, A. & Górska-Warsewicz, H. (2019). Impact of Food Sustainability Labels on the Perceived Product Value and Price Expectations of Urban Consumers. *Sustainability*, 11(24), 7240. <https://doi.org/10.3390/su11247240>

Kallus, K. W. (2016). *Erstellung von Fragebogen* (2., aktualisierte und überarbeitete Auflage). *UTB Schlüsselkompetenzen: Bd. 4465*. Facultas. <http://www.lehmanns.de/midvox/bib/9783825244651>

Keating, M. (1993). *Erdgipfel 1992: Agenda für eine nachhaltige Entwicklung ; eine allgemein verständliche Fassung der Agenda 21 und der anderen Abkommen von Rio* (1. Aufl.). Bundesamt für Umwelt Wald und Landwirtschaft.

Kleine, A. & Hauff, M. von. (2009). *Nachhaltige Entwicklung*. Oldenbourg.

Knight, A., Phillips, C. & Sparks, P. (Hrsg.). (2023). *Routledge Environment and Sustainability Handbooks. Routledge Handbook of Animal Welfare*. Taylor & Francis. <https://directory.doabooks.org/handle/20.500.12854/121349> <https://doi.org/121349>

Koerber, K. von (2014). Fünf Dimensionen der Nachhaltigen Ernährung und weiterentwickelte Grundsätze - ein Update. *Ernährung im Fokus*, 14(09-10/2014), 260–268. <https://www.bzfe.de/ernaehrung-im-fokus/archiv/archiv-1/>

Kropp, A. (2019). *Grundlagen der Nachhaltigen Entwicklung*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-23072-2>

Lautenschlager, L. & Smith, C. (2007). Understanding gardening and dietary habits among youth garden program participants using the Theory of Planned Behavior. *Appetite*, 49(1), 122–130. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.01.002>

Lin, S.-T. & Niu, H.-J. (2018). Green consumption: Environmental knowledge, environmental consciousness, social norms, and purchasing behavior. *Business Strategy and the Environment*, 27(8), 1679–1688. <https://doi.org/10.1002/bse.2233>

Lindström, M., Hanson, B. S., Wirfält, E. & Ostergren, P. O. (2001). Socioeconomic differences in the consumption of vegetables, fruit and fruit juices. The influence of psychosocial factors. *European journal of public health*, 11(1), 51–59. <https://doi.org/10.1093/eurpub/11.1.51>

M. Wiernik, B., S. Ones, D. & Dilchert, S. (2013). Age and environmental sustainability: a meta-analysis. *Journal of Managerial Psychology*, 28(7/8), 826–856. <https://doi.org/10.1108/JMP-07-2013-0221>

Maier, M. S. (2017). *Qualitative Bildungsforschung: Methodische und Methodologische Herausforderungen in der Forschungspraxis. Studien Zur Schul- und Bildungsforschung Ser: v.68*. Vieweg. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=5143331>

Möhle, M. (2023). *Globale soziale Ungleichheit: Über die Verteilung von Ressourcen* (1. Auflage). Verlag W. Kohlhammer.

Mumm, G. (2016). *Die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-13855-4>

Muthu, S. S. (Hrsg.). (2016). *The carbon footprint handbook*. CRC Press. <http://gbv.ebib.com/patron/FullRecord.aspx?p=4003016>

Nian, Y., Gao, Z. & Zhao, R. (2023). Are people's daily life habits consistent with their preference for food sustainability labels? *Agribusiness*, 39(3), 589–622. <https://doi.org/10.1002/agr.21803>

Nikendei, C., Bugaj, T. J., Nikendei, F., Kühl, S. J. & Kühl, M. (2020). Klimawandel: Ursachen, Folgen, Lösungsansätze und Implikationen für das Gesundheitswesen [Climate change: Causes, consequences, solutions and public health care implications]. *Zeitschrift für Evidenz, Fortbildung und Qualität im Gesundheitswesen*, 156-157, 59–67. <https://doi.org/10.1016/j.zefq.2020.07.008>

Österreichische Hagelversicherung (Hrsg.). (2016, 20. Oktober). *4. Nachhaltigkeitsfrühstück der Hagelversicherung mit Prof. Dr. Klaus Töpfer*. <https://www.hagel.at/presseaussendungen/klimawandel-als-chance-und-bedrohung-zugleich/>

Papilloud, C. (2003). *Bourdieu lesen: Einführung in eine Soziologie des Unterschieds. Sozialtheorie*. Transcript-Verlag.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y. & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *The Journal of applied psychology*, 88(5), 879–903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>

Poore, J. & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987–992. <https://doi.org/10.1126/science.aag0216>

Pufé, I. (2017). *Nachhaltigkeit* (3., überarbeitete und erweiterte Auflage). UTB: Nr. 8705. UVK Verlagsgesellschaft mbH; UVK/Lucius.

Rehbein, B. (2006). *Die Soziologie Pierre Bourdieus*. *UTB Soziologie: Bd. 2778*. UVK-Verl.-Ges.

Rehbein, B. (2016). *Die Soziologie Pierre Bourdieus* (3., überarbeitete Auflage). *UTB Soziologie: Bd. 2778*. UVK Verlagsgesellschaft mbH; UVK/Lucius. <http://www.blickinsbuch.de/item/845d545e828aa6b492b1172056f88434>

Reisch, L., Eberle, U. & Lorek, S. (2013). Sustainable food consumption: an overview of contemporary issues and policies. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9(2), 7–25. <https://doi.org/10.1080/15487733.2013.11908111>

Rezai, G., Kit Teng, P., Mohamed, Z. & Shamsudin, M. N. (2013). Consumer Willingness to Pay for Green Food in Malaysia. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(sup1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.798754>

Rockström, J., Steffen, W., Noone, K., Persson, Å., Chapin, F. S., III, Lambin, E., Lenton, T. M., Scheffer, M., Folke, C., Schellnhuber, H. J., Nykvist, B., Wit, C. A. de, Hughes, T., van der Leeuw, S., Rodhe, H., Sörlin, S., Snyder, P. K., Costanza, R., Svedin, U., . . . Foley, J. (2009). Planetary Boundaries: Exploring the Safe Operating Space for Humanity. *Ecology and Society*, 14(2). <https://doi.org/10.5751/ES-03180-140232>

Schader, C., Muller, A., Scialabba, N. E.-H., Hecht, J., Isensee, A., Erb, K.-H., Smith, P., Makkar, H. P. S., Klocke, P., Leiber, F., Schwegler, P., Stolze, M. & Niggli, U. (2015). Impacts of feeding less food-competing feedstuffs to livestock on global food system sustainability. *Journal of the Royal Society, Interface*, 12(113), 20150891. <https://doi.org/10.1098/rsif.2015.0891>

Schwingel, M. (1995). *Pierre Bordieu zur Einführung* (6. ergänzte Auflage). Junius.

Soini, K. & Birkeland, I. (2014). Exploring the scientific discourse on cultural sustainability. *Geoforum*, 51, 213–223. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.12.001>

Springmann, M., Clark, M., Mason-D'Croz, D., Wiebe, K., Bodirsky, B. L., Lassaletta, L., Vries, W. de, Vermeulen, S. J., Herrero, M., Carlson, K. M., Jonell, M., Troell, M., DeClerck, F., Gordon, L. J., Zurayk, R., Scarborough, P., Rayner, M., Loken, B., Fanzo, J., . . . Willett, W. (2018). Options for keeping the food system within environmental limits. *Nature*, 562(7728), 519–525. <https://doi.org/10.1038/s41586-018-0594-0>

Steffen, W., Richardson, K., Rockström, J., Cornell, S. E., Fetzer, I., Bennett, E. M., Biggs, R., Carpenter, S. R., Vries, W. de, Wit, C. A. de, Folke, C., Gerten, D., Heinke, J., Mace, G. M., Persson, L. M., Ramanathan, V., Reyers, B. & Sörlin, S. (2015). Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. *Science*, 347(6223), Artikel 1259855. <https://doi.org/10.1126/science.1259855>

Steiner, E. & Benesch, M. (2021). *Der Fragebogen: Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung* (6., aktualisierte und überarbeitete Auflage). *UTB Schlüsselkompetenzen: Bd. 8406*. Facultas. <http://www.blickinsbuch.de/item/51a0b0f0ab916923946e5d1df988746d>

Summary for Policymakers. (2023). In I. P. o. C. Change (Hrsg.), *Climate Change 2022 – Impacts, Adaptation and Vulnerability* (S. 3–34). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009325844.001>

Taillie, L. S., Wolfson, J. A., Prestemon, C. E., Bercholz, M., Ewoldt, L., Ruggles, P. R. & Hall, M. G. (2024). The impact of an eco-score label on US consumers' perceptions of environmental sustainability and intentions to purchase food: A randomized experiment. *PloS one*, 19(6), e0306123. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0306123>

Taufique, K. M. R., Vocino, A. & Polonsky, M. J. (2017). The influence of eco-label knowledge and trust on pro-environmental consumer behaviour in an emerging market. *Journal of Strategic Marketing*, 25(7), 511–529. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1240219>

UNDP. (2019). *Beyond income, beyond averages, beyond today: Inequalities in human development in the 21st century. Human development report / publ. for the United Nations Development Programme (UNDP): Bd. 2019*. United Nations Development Programme.

Vanhonacker, F., van Loo, E. J., Gellynck, X. & Verbeke, W. (2013). Flemish consumer attitudes towards more sustainable food choices. *Appetite*, 62, 7–16. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.11.003>

Verain, M. C., Snoek, H. M., Onwezen, M. C., Reinders, M. J. & Bouwman, E. P. (2021). Sustainable food choice motives: The development and cross-country validation of the Sustainable Food Choice Questionnaire (SUS-FCQ). *Food Quality and Preference*, 93, 104267. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104267>

Vermeir, I. & Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values. *Ecological Economics*, 64(3), 542–553. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.03.007>

Voss, M. (Hrsg.). (2010). *Der Klimawandel: Sozialwissenschaftliche Perspektiven* (1. Auflage). VS Verlag für Sozialwissenschaften. <http://www.blickinsbuch.de/item/514de763af655053d707b6f4dc567183>

WBAE. (2020). *Politik für eine nachhaltigere Ernährung: Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsumgebungen gestalten*. <https://www.bmel.de/DE/ministerium/organisation/beiraete/agr-veroeffentlichungen.html>

Whitmee, S., Haines, A., Beyrer, C., Boltz, F., Capon, A. G., Souza Dias, B. F. de, Ezeh, A., Frumkin, H., Gong, P., Head, P., Horton, R., Mace, G. M., Marten, R., Myers, S. S., Nishtar, S., Osofsky, S. A., Pattanayak, S. K., Pongsiri, M. J., Romanelli, C., . . . Yach, D. (2015). Safeguarding human health in the Anthropocene epoch: report of The Rockefeller Foundation–Lancet Commission on planetary health. *The Lancet*, 386(10007), 1973–2028. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(15\)60901-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(15)60901-1)

WWF Deutschland (Hrsg.). (2015, 26. März). *Positionspapier des WWF Deutschland zu Nachhaltige Ernährung*. <https://www.wwf.de/themen-projekte/landwirtschaft/ernaehrung-konsum/essen-wir-das-klima-auf>

Yang, X., Wei, L. & Su, Q. (2020). How Is Climate Change Knowledge Distributed among the Population in Singapore? A Demographic Analysis of Actual Knowledge and Illusory Knowledge. *Sustainability*, 12(9), 3782. <https://doi.org/10.3390/su12093782>

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 "drei Säulen Modell" (Pufe 2017, S.110).....	17
Abbildung 2 "Schnittmengenmodell" (Pufé 2017, S. 112)	18
Abbildung 3 "Nachhaltigkeitsdreieck" (Pufé 2017, S. 113)	18
Abbildung 4 Fünf Dimensionen der Nachhaltigkeit (Koerber 2014, S. 263)	20
Abbildung 5 Altersgruppen der Umfrageteilnehmer*innen.....	39
Abbildung 6 Bildungsabschluss der Teilnehmer*innen.....	40
Abbildung 7 Bildungsstand der Teilnehmer*innen	40
Abbildung 8 jährliches Nettohaushaltseinkommen der Teilnehmer*innen	41
Abbildung 9 Wichtige Aspekte bei Lebensmitteln im Allgemeinen	43
Abbildung 10 Assoziationsstärke verschiedener Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln	44
Abbildung 11 Aussagekraft der nachhaltigen Siegel im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel	46
Abbildung 12 Assoziationsgrad verschiedener Aspekte mit nachhaltigen Lebensmitteln	47
Abbildung 13 Assoziation verschiedener Aussagen mit nachhaltigen Lebensmitteln.....	48
Abbildung 14 Zusammenhang zwischen Bildungsstand und der Assoziation der verschiedenen Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln	50
Abbildung 15 Zusammenhang zwischen dem Nettohaushaltseinkommen und der Wahrnehmung der unterschiedlichen Dimensionen im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel	52

Abbildung 16 Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung der Dimensionen der Nachhaltigkeit im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel und dem Grad der Unterstützung durch Freund*innen und Familie	54
Abbildung 17 Bedeutsamkeit von fairen Arbeitsbedingungen in Produktion und Transport im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel im Zusammenhang zum Bildungsstand	58
Abbildung 18 Bildungsstand im Zusammenhang zur Wahrnehmung fairer Arbeitsbedingungen	59
Abbildung 19 Zusammenhang Nettohaushaltseinkommen und Wichtigkeit von fairen Arbeitsbedingungen bei der Produktion und dem Transport von Lebensmitteln	61
Abbildung 20 Zusammenhang Nettohaushaltseinkommen und Wichtigkeit von fairen Arbeitsbedingungen in der Lebensmittelproduktion	63
Abbildung 21 Zusammenhang Nettohaushaltseinkommen und Wahrnehmung der Aussagekraft des Fairtrade-Siegels	64
Abbildung 22 Zusammenhang von der Bedeutung von fairen Arbeitsbedingungen in der Produktion und im Transport hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel und familiärer und freundschaftlicher Unterstützung	66
Abbildung 23 Zusammenhang von der Bewertung von fairen Arbeitsbedingungen in der Lebensmittelproduktion hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel und familiärer und freundschaftlicher Unterstützung	67
Abbildung 24 Zusammenhang zwischen der Bewertung des Fairtrade-Siegels hinsichtlich nachhaltiger Lebensmittel und familiärer und freundschaftlicher Unterstützung	68

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Mittelwerte und Standardabweichung des Assoziationsgrads der Dimensionen mit nachhaltigen Lebensmitteln.....	44
Tabelle 2 Mittelwerte und Standardabweichungen vom Bildungsstand und der Wahrnehmung der Dimensionen im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel.....	51
Tabelle 3 Signifikanzniveau Nettohaushaltseinkommen-Dimensionen der Nachhaltigkeit....	53
Tabelle 4 Mittelwerte und Standardabweichung der Variable "Soziale_Unterstützung" und der verschiedenen Dimensionen von Nachhaltigkeit	55
Tabelle 5 Signifikanzniveau der nachhaltigen Dimensionen im Zusammenhang zur Unterstützung von Freund*innen und Familie.....	56
Tabelle 6 Signifikanzniveau von fairen Arbeitsbedingungen in der Produktion und Transport und dem Bildungsstand	58
Tabelle 7 Signifikanzniveau der Bedeutsamkeit des Fairtrade-Siegels im Hinblick auf nachhaltige Lebensmittel und Bildungsstand.....	60
Tabelle 8 Mittelwerte und Standardabweichung von der Bewertung fairer Arbeitsbedingungen bei Produktion und Transport und dem Nettohaushaltseinkommen	62