

Veränderungen der Konsumintensität von Öko-Lebensmitteln in Haushalten mit Kindern

Riefer, A.¹ und Hamm, U.¹

Keywords: organic food, consumption intensity, family, qualitative interviews, Grounded Theory

Abstract

Considering results of consumer surveys the question arises that on the one hand the health of children is a major motive for organic food consumption in households with children and why on the other hand consumption intensity decreases as children get older. The contribution presents results of a qualitative study investigating changes in families' organic food consumption and their reasons from the subjective perspective of consumers. The findings are based on information gained by problem centred interviews with family members responsible for food purchases; data analysis was done by means of Grounded Theory. It was found that children can be reasons for an increase of organic food consumption by indirectly influencing parents' willingness to purchase organic food in the time of pregnancy and the transition to a complementary diet for babies. In contrast to that children also can directly affect a decrease of organic food consumption in their families by actively rejecting particular organic food products.

Einleitung und Zielsetzung

Konsumverhalten ist häufig kein „solistisches“, sondern ein an anderen Personen oder Personengruppen ausgerichtetes Verhalten (Wiswede 2000). Auf das Konsumverhalten in Familien trifft dies insofern zu, als dass Kinder Entscheidungen entweder direkt beeinflussen, „indem sie aktiv als Interaktionspartner am Entscheidungsprozess teilnehmen, oder indirekt, indem sie eine bestimmte Phase des Familienzyklus begründen“ (Kroeber-Riel und Weinberg 2003). Geht man davon aus, dass eine gesunde Ernährung für Kinder zu den zentralen Kaufmotiven für den Konsum von Öko-Lebensmitteln zählt (Nielsen 2007, Ökobarometer 2007), wird der Öko-Lebensmittelkonsum in Familien zumindest indirekt durch Kinder in Form elterlicher Fürsorgemotive beeinflusst. Vergleicht man die Konsumintensitäten in Haushalten mit Kindern unterschiedlicher Familienzyklusstadien, liegt jedoch die Vermutung nahe, dass Fürsorgemotive für Kinder alleine nicht erklären können, ob und in welchem Umfang in Familien mit Kindern Öko-Produkte gekauft werden. Denn nach Ergebnissen des GfK-Öko-Sonderpanels 2003 liegen in verschiedenen Familienzyklusstadien sowohl über- als auch unterdurchschnittliche Konsumintensitäten vor. So tragen jüngere Familien mit Kleinkind einen geringfügig höheren Anteil und jüngere Familien mit Schulkind einen deutlich höheren Anteil aller Öko-Ausgaben im Vergleich zu ihrem Bevölkerungsanteil; die Ausgaben durch Familien mit jugendlichen Kindern hingegen liegen unter deren Bevölkerungsanteil (Michels et al. 2004). Aus der zeitpunktbezogenen Querschnittsbetrachtung des Öko-Lebensmittelkonsums nach unterschiedlichen Familienzyklusphasen ergibt sich damit, dass die Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln in Familien mit dem Übergang des ältesten Kindes vom jüngeren Schulkind zum jugendlichen Kind sinkt. Einen möglichen Erklärungsansatz hierfür liefern Studienergebnisse, wonach biografische Umbruchsituationen wie das Heranwachsen von

¹ Universität Kassel, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing, Steinstr. 19, 37213 Witzenhausen, Deutschland, a.riefer@web.de, <http://www.uni-kassel.de/agrar/alm/>

Kindern zu einem Rückgang des Konsums von Öko-Lebensmitteln führen können (Kropp et al. 2005). Detailliertere Beschreibungen hierzu wie auch zur Bedeutung von Schwangerschaft und Geburt liegen nach derzeitigem Forschungsstand nicht vor. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, inwiefern und warum Kinder Einfluss auf Veränderungen der Konsumintensität bei Öko-Lebensmitteln in Familien nehmen.

Methoden

Das Forschungsinteresse besteht in der Generierung einer Theorie zur Entwicklung des Öko-Lebensmittelkonsums in Familien aus der subjektiven Perspektive von Konsumenten. Da es sich hierbei um ein noch weitgehend unerforschtes Themengebiet handelt, wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt. In Anlehnung an ein so genanntes theoretisches Sampling (Glaser und Strauss 2005) wurde ein Untersuchungsdesign in Form von zunächst zwei Wellen der Datenerfassung und Datenauswertung von je 10 bis 12 Interviews gewählt. Die Gliederung des Forschungsprozesses in mehrere Phasen der Datenerhebung und -auswertung ermöglicht es, die Auswahlkriterien der Datenerhebung bereits gewonnenen Erkenntnissen der vorangegangenen Datenanalyse anzupassen. Um ein möglichst umfassendes Bild über die Entwicklung des Öko-Lebensmittelkonsums über einen längeren Zeitraum zu erfassen, wurden in der ersten Untersuchungswelle Personen befragt, die seit einem längeren Zeitraum Öko-Lebensmittel konsumieren und bei denen mindestens ein Kind im Jugendlichenalter im Haushalt lebt. Aufbauend auf den daraus hervorgehenden Ergebnissen wurde das Forschungsinteresse in der zweiten Welle auf die Untersuchung von Veränderungen fokussiert, die in den vorausgegangenen Interviews durch den Einfluss von Kindern begründet wurden. Im Zuge dessen wurden gezielt Interviews zur Entwicklung des Öko-Lebensmittelkonsums mit Personen geführt, die bei einer Kurzbefragung Schwangerschaft, Beikostfütterung oder Adoleszenz ihrer Kinder als Gründe für mengenmäßige Veränderungen im Öko-Lebensmittelkonsum ihrer Familie anführten. Die Datenerhebung erfolgte mithilfe 0,75- bis 2,5-stündiger problemzentrierter Interviews (Witzel 2000). Diese Interviewform wurde insofern als besonders geeignet erachtet, als dass sie einerseits Raum für Erzählungen der Befragten sowie das Einbringen konzeptueller Ideen des Interviewers lässt und andererseits eine Strukturierung des Interviews durch einen Interviewleitfaden vorgibt. Die nach Standardorthografie transkribierten Interviewtexte wurden mithilfe des Computerprogrammes atlas.ti und in Anlehnung an das Analyseverfahren der Grounded Theory nach Strauss und Corbin offen und axial kodiert (Strauss und Corbin 1990).

Ergebnisse

Hinsichtlich der Frage, inwiefern der Öko-Lebensmittelkonsum in Familien Veränderungen unterliegt, ergab die Datenanalyse, dass die Konsumintensität von Öko-Lebensmitteln aus Sicht der Interviewteilnehmer nicht als gleichbleibende oder fixe Größe zu verstehen ist. Vielmehr charakterisieren diese den Öko-Lebensmittelkonsum im Zeitverlauf durch einen Wechsel von ansteigenden, gleichbleibenden und rückläufigen Konsumintensitäten. Kinder üben insofern Einfluss auf derartige Veränderungen aus, als dass der Öko-Lebensmittelkonsum in Familien seitens der Eltern durch veränderte Ernährungsanforderungen während der Schwangerschaft und der Beikostfütterung erhöht wird oder aufgrund abweichender Ernährungswünsche von Kindern im Jugendlichenalter verringert wird.

I15: „(...) Und 2006 war ich ja schwanger. Und dann ging es also ganz rapide hoch (mit dem Öko-Lebensmittelkonsum, d. Verfasser) (...)“ - Als Bedingungen einer Erhöhung der Konsumintensität von Öko-Lebensmitteln infolge einer Schwangerschaft wurden ein gesteigertes Ernährungsbewusstsein der Schwangeren, bestimmte körperliche Bedingungen während der Schwangerschaft (Schwangerschaftsdiabetes,

Schwangerschaftsübelkeit etc.), Einflüsse der näheren sozialen Umwelt (Partner etc.) sowie der Einfluss von Medien (Ratgeber, Warentests etc.) identifiziert. Hinter einer Erhöhung des Öko-Lebensmittelkonsums stehende Handlungsstrategien beziehen sich auf die Ernährung der Mutter (Gesundheit, Wohlbefinden, Umgang mit körperlichen Begleiterscheinungen der Schwangerschaft), auf die Ernährung bzw. Versorgung des noch ungeborenen Kindes (Gesundheit) sowie auf ein nachhaltiges Konsumverhalten in Anbetracht der Zukunft der eigenen Kinder. Eine Erhöhung des Öko-Lebensmittelkonsums zu diesem Zeitpunkt ist insbesondere auf einen verstärkten Konsum von Öko-Obst und -Gemüse zurückzuführen.

I18: „(...) Und ich habe es halt (...) verstärkt angefangen, als ich für die erste Tochter (...) den Brei angefangen habe zu kochen (...)“ - Veränderungen des Öko-Lebensmittelkonsums in Familien mit Kindern in Form einer Erhöhung der Konsumintensität sind auch durch die Umstellung von Säuglingsnahrung auf Beikost bzw. das Zufüttern begründet. Einfluss nehmen hierbei z.B. Bedingungen wie familiäre Vorbelastungen gesundheitlicher Art (Veranlagung zu Neurodermitis, Veranlagung zu Allergien), Einflüsse der näheren und weiteren sozialen Umwelt (Partner, Hebamme, Geburtshauskontakte etc.) sowie der Einfluss von Medien (allgemeine Lebensmittelberichterstattung, Warentests). Eine Erhöhung des Öko-Lebensmittelkonsums ist insbesondere durch Handlungsstrategien zu erklären, die sich auf eine gesunde Ernährung des Kindes (Schadstoffarmut, Allergieprophylaxe) beziehen. Dies äußert sich vornehmlich durch einen verstärkten Kauf von Öko-Obst und -Gemüse sowie von Öko-Babybreien.

I2: „(...) und dann würde ich mal sagen, macht es vielleicht hier so einen leichten Knick nach unten, wo mein Sohn ein bisschen da in seine pubertäre Phase kommt (...)“ - Eine rückläufige Entwicklung des Öko-Lebensmittelkonsums in Familien kann auch auf Ernährungswünsche der eigenen Kinder mit deren Übergang ins Jugendlichenalter zurückgeführt werden. Aus Sicht der befragten Eltern stoßen vor allem Süßigkeiten, Knabbergebäck und Schokobrotaufstriche in ökologischer Qualität auf die Ablehnung ihrer jugendlichen Kinder. Unter dem Einfluss der Bedingungen Produkteigenschaften (Zuckergehalt, genetisch modifizierte Inhaltsstoffe, Preis etc.), Konsumsituation/-funktion (besondere Anlässe), Art der Präferenzäußerung (z.B. Häufigkeit, Intensität) und Erziehungsstil machen die befragten Eltern uneingeschränkte, eingeschränkte oder keine Zugeständnisse an die Anforderungen ihrer Kinder.

Diskussion

Bezug nehmend auf Forschungsergebnisse von Schäfer et al. (2007) deuten die dargestellten Ergebnisse darauf hin, dass der Übergang zur Elternschaft eine Orientierungsphase darstellt, während der die Eltern ein verstärktes Interesse für Ernährungsfragen aufweisen und für unterschiedliche Ernährungsformen wie auch dem Konsum von Öko-Lebensmitteln aufgeschlossen sind. Der Einfluss von Kindern ist hier in erster Linie als ein indirekter Einfluss zu verstehen (Kroeber-Riel und Weinberg 2003). Zieht man weiterhin Ergebnisse einer Studie von Schafer und Keith (1981) hinzu, ist zu berücksichtigen, dass Familien mit älteren Kindern eine vergleichsweise geringere Beeinflussung durch soziale Umwelt und unterschiedliche Informationsquellen aufweisen, da Ernährungsgewohnheiten tendenziell bereits etabliert sind. Korrespondierend hierzu wurde derartigen Einflussquellen in den befragten Familien mit älteren Kindern keine besondere Bedeutung beigemessen. Anstelle dessen tritt eine „neue“ personelle Einflussgröße hinzu in Form der eigenen jugendlichen Kinder, die als zunehmend eigenständige Konsumenten Bedürfnisse und Vorlieben entwickeln und zunehmend direkten Einfluss auf Kaufentscheidungen in Familien nehmen.

Schlussfolgerungen

Für das Marketing für Öko-Produkte verdeutlichen die angeführten Ergebnisse, dass Kommunikationsmaßnahmen, die auf Familien mit Kindern ausgerichtet sind, auf die jeweiligen Bedingungen und daraus resultierenden Bedürfnisse zugeschnitten sein sollten, unter denen Kaufentscheidungen in Familien mit Kindern unterschiedlicher Altersklassen getroffen werden. So spielen Gesundheitsaspekte in Familien mit kleinen Kindern eine tragende Rolle. Diese treten in Familien mit Jugendlichen jedoch in den Hintergrund, weil Eltern ihre Kaufentscheidungen zunehmend an den Bedürfnissen und Wünschen ihrer Kinder ausrichten, und diese erstrecken sich wiederum häufig auf konventionelle Lebensmittel. Warum das so ist, und wie Öko-Lebensmittelanbieter ihre Produkte inhaltlich (z.B. geschmacklich) oder kommunikativ an die Bedürfnisse von Jugendlichen ausrichten können, müssten weitere Studien klären.

Literatur

- Glaser B. G., Strauss A. L. (2005): Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung. 2. Auflage, Bern, Verlag Hans Huber, 271 S.
- Kroeber-Riel W., Weinberg P. (2003): Konsumverhalten. 8. Auflage, München, Vahlen, 797 S.
- Kropp C., Seher W., Brunner F.-M., Engel A. (2005): Verbraucherinnen - Neue Chancen für Bio-Konsum. In: Brand K.-W. (Hrsg.): Von der Agrarwende zur Konsumwende. Effekte der Ausweitung des Biomarktes entlang der Wertschöpfungskette. Berlin, agit-druck, S. 37-47.
- Michels P., Müller H., Schmanke A. (2004): Strukturen der Nachfrage nach ökologischen Nahrungsmitteln in Deutschland. Materialien zur Marktberichterstattung. Vol. 53, Bonn, ZMP Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH, 72 S.
- Nielsen (2007): TrendNavigator Bio-Produkte. Kurzfassung. Oktober 2007, http://de.nielsen.com/pubs/documents/TrendNavigatorBioproducte2007_Kurzfassung.pdf, (Abruf: 18.08.2008)
- Ökobarometer (2007): Repräsentative Bevölkerungsumfrage im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), http://www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/dokumente/journalisten/publikationen/OEkobarometer_07.pdf, (Abruf: 18.08.2008).
- Schafer R. B., Keith P. M. (1981): Influence on food decisions across the family life cycle. In: Journal of the American Dietetic Association, 78:144-148.
- Schäfer M., Herde A., Kropp C. (2007): Life events as turning points for sustainable nutrition. In: Lahlou S., Emmert S. (Hrsg.): Proceedings: SCP cases in the field of Food, Mobility and Housing. Workshop of the Sustainable Consumption Research Exchange (SCORE!) Network, June 2007, Paris, France, http://www.lifeevents.de/media/pdf/publik/9594_Proceedings_worshop.07.pdf, (Abruf: 18.08.2008).
- Strauss A., Corbin J. (1990): Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques. Newbury Park et al., Sage, 270 S.
- Wiswede G. (2000): Konsumsoziologie - Eine vergessene Disziplin. In: Rosenkranz D., Schneider N. F. (Hrsg.): Konsum. Opladen, Leske und Budrich, S. 23-72.
- Witzel A. (2000): Das problemzentrierte Interview. Forum Qualitative Sozialforschung, 1 (1), <http://www.qualitative-research.org/fqs-texte/1-00/1-00witzel-d.htm>, (Abruf: 18.08.2008).