

Nachhaltiger Konsum - am Beispiel des Essens

Brunner, Karl-Michael

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Brunner, K.-M. (2009). Nachhaltiger Konsum - am Beispiel des Essens. *SWS-Rundschau*, 49(1), 29-49. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-250335>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Nachhaltiger Konsum – am Beispiel des Essens

Karl-Michael Brunner (Wien)

Karl-Michael Brunner: *Nachhaltiger Konsum – am Beispiel des Essens* (S. 29–49)

Nachhaltiger Konsum hat in den letzten Jahren an gesellschaftlicher Bedeutung gewonnen. Zunehmend mehr KonsumentInnen orientieren sich bei ihren Entscheidungen an Umweltfreundlichkeit, Sozialverträglichkeit oder Generationenverantwortung. Im Beitrag wird am Beispiel von Ernährung gezeigt, welche Chancen und Barrieren für nachhaltigen Konsum bestehen und welche Maßnahmen für eine Ausweitung von nachhaltigem Konsum notwendig sind. Dazu werden empirische Ergebnisse eines österreichischen Forschungsprojekts zu Ernährungspraktiken und nachhaltiger Entwicklung präsentiert, wobei der thematische Schwerpunkt auf Konsumbiographien und auf dem Konsum von Bio-Lebensmitteln liegt.

Schlagerworte: Konsum, Nachhaltigkeit, Lebensmittel, Ernährung, Konsumbiographien

Karl-Michael Brunner: *Sustainable Consumption – the Example of Food* (pp. 29–49)

Sustainable consumption achieved social recognition over the last years. More and more consumers regard environmental friendliness, social responsibility or responsibility for future generations as important aspects for their purchasing decisions. The article focuses on food consumption and discusses strategies of supporting sustainable consumption. Selected empirical results of an Austrian qualitative-research project on food consumption patterns and sustainable development are presented. Particular emphasis is placed on consumer biographies and the consumption of organically grown food.

Keywords: consumption, sustainability, food, nutrition, consumer biographies

1. Einleitung

Alltägliche Konsumententscheidungen werden immer häufiger unter Berücksichtigung von Kriterien wie Umweltfreundlichkeit, Sozialverträglichkeit oder Generationenverantwortung getroffen bzw. werden unter diesen Perspektiven legitimationspflichtig. Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit nachhaltigem Konsum, wobei der Schwerpunkt auf das Konsumfeld Ernährung gelegt wird. Empirische Basis sind Ergebnisse eines in Österreich durchgeführten Forschungsprojekts mit dem Titel »Ernährungspraktiken und nachhaltige Entwicklung« (Brunner u. a. 2007). Ausgehend von einer Diskussion des Leitbilds Nachhaltigkeit in Kapitel 2 wird im anschließenden Kapitel der Konsum als nachhaltigkeitspolitisches Handlungsfeld erörtert. Die Multidimensionalität von Nachhaltigkeit erfordert einen entsprechend komplexen Konsumbegriff, wie in Kapitel 4 ausgeführt wird. Die Nachhaltigkeitsrelevanz des Ernährungssystems wird in Kapitel 5 verdeutlicht. Den empirischen Kern des Artikels bildet Kapitel 6: Nach einer Kurzschilderung des Forschungsprojekts werden zwei Themenbereiche nachhaltiger Ernährung genauer behandelt, nämlich Konsumbiographien und der Konsum von Bio-Lebensmitteln. Dabei geht es um die Herausarbeitung von Chancen und Barrieren nachhaltiger Ernährung im Konsumalltag. Kapitel 7 schließlich fragt nach den Handlungsspielräumen für nachhaltige Ernährung und leitet Handlungsempfehlungen zur gesellschaftlichen Förderung nachhaltigen Konsums ab.

2. Nachhaltige Entwicklung als gesellschafts- und umweltpolitisches Leitbild

»Nachhaltigkeit« ist ein Entwicklungskonzept, das auf die Zukunftsfähigkeit von Gesellschaften in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht gerichtet ist, wobei es um die Schaffung von mehr Gerechtigkeit sowohl innerhalb der lebenden als auch in Bezug auf zukünftige Generationen geht. Zentrale Fragen sind u. a.: Wie können Gesellschaften ihren Umgang mit der Natur so gestalten, dass auch zukünftige Generationen funktionierende Ökosysteme vorfinden? Wie können Gesellschaften gerechter eingerichtet und große soziale und ökonomische Unterschiede abgebaut werden? Wie können gegenwärtige Gesellschaften in einem zunehmend globaler vernetzten Wirtschaftsraum und die natürlichen Lebensräume in ein Verhältnis gebracht werden, das langfristig eine dynamische Interaktion aller Systeme ermöglicht?

Die weltweite Diskussion dieses Konzepts wurde mit dem so genannten »Brundtland-Bericht« der »Weltkommission für Umwelt und Entwicklung« eingeleitet. »Nachhaltige Entwicklung« wurde in diesem Bericht folgendermaßen definiert: »Dauerhafte Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, daß künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können« (Hauff 1987, 46). Der Brundtland-Bericht bereitet den Boden für die UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro. Schon damals wurde deutlich, dass nachhaltige Entwicklung je nach Perspektiven und Interessenlagen sehr unterschiedlich interpretiert werden kann. Zwar ist Nachhaltigkeit inzwischen als möglicher Zukunftsentwurf für die Gestaltung von Gesellschaften und gesellschaft-

lichen Naturbeziehungen zu einem kollektiven Leitbild geworden und findet breite Zustimmung bei vielen gesellschaftlichen AkteurInnen: »Wenn es jedoch um die konkrete Benennung von Zielen, Strategien und Handlungsprioritäten geht und um die Geschwindigkeit der Umsetzung des Leitbildes, so klaffen die Vorstellungen noch weit auseinander« (Jörissen u. a. 2000, 5). Je nach Naturkonzepten, Gerechtigkeits- und Entwicklungsvorstellungen sowie präferierten Steuerungsstrategien unterscheidet sich das jeweilige Nachhaltigkeitsverständnis sehr deutlich (Huber 1995). Verschieden sind auch die Vorstellungen bezüglich der Gewichtung der Nachhaltigkeitsdimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales. »Nachhaltigkeit« wird vielfach immer noch weitgehend ökologisch interpretiert, zunehmend wird aber einem integrativen »Drei-Säulen-Modell« gefolgt, d. h. neben ökologischen werden auch ökonomische und soziale Dimensionen einbezogen und in ihren Wechselbeziehungen, aber auch in Bezug auf ihre Konflikte und Nebenfolgen betrachtet.

3. Konsum als nachhaltigkeitspolitische Herausforderung

Bereits auf der Rio-Konferenz 1992 wurde nachhaltige Entwicklung mit dem notwendigen Abbau nicht nachhaltiger Konsum- und Produktionsweisen in Verbindung gebracht. Am zweiten Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung in Johannesburg im Jahre 2002 wurde das Ziel einer *weltweiten Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster* bekräftigt. Inzwischen ist das Diktum, dass westlich-industriegesellschaftliche Konsummuster in ihrer gegenwärtigen Ausprägung nicht weltweit verallgemeinerbar sind, zum Gemeinplatz geworden. Entsprechend wird ein besseres Verständnis gegenwärtiger Konsummuster und deren treibender Faktoren gefordert und werden Möglichkeiten gesucht, Lebensstile und Konsummuster in Richtung Nachhaltigkeit zu beeinflussen (Wuppertal-Institut 2005).

Welche Relevanz hat Konsum für nachhaltige Entwicklung? Hinsichtlich ökologischer Dimensionen wurde grob geschätzt, dass zwischen 30 und 50 Prozent der Umweltbelastungen durch die Konsumhandlungen privater Haushalte verursacht werden (Knaus/ Renn 1998). Was mit dem Zusammenhang von *Konsumniveau und zunehmender Umweltbelastung* global gemeint ist, wird an folgendem Beispiel deutlich: »20% der Weltbevölkerung in den Industrieländern verbrauchen mehr als die Hälfte der bereitgestellten Energie, 84% allen produzierten Papiers und besitzen 87% aller PKW weltweit. Ein weiterhin hohes Verbrauchsniveau in den Industrieländern sowie ein steigender Verbrauch in den Entwicklungs- und Transformationsländern verstärken den Druck auf die Natur und schaffen damit ein wachsendes globales Konfliktpotential« (Stephan 1999, 295). Die Inanspruchnahme der Natur durch die Befriedigung privater Bedürfnisse steigt in zentralen Bedürfnisfeldern in den letzten Jahrzehnten eher an (Knaus/ Renn 1998). Einspareffekte z. B. aufgrund von Energieeffizienzmaßnahmen können durch Mehrkonsum wieder zunichte gemacht werden (»Rebound-Effekte«).

Was die Bestimmung von *nachhaltigem Konsum* betrifft, orientieren sich Definitionsversuche häufig an der Brundtland-Definition von nachhaltiger Entwicklung: »Nach-

haltig« ist ein Konsumverhalten dann zu nennen, wenn es die Bedürfnisse der Konsumenten in einer Weise erfüllt, die die Absorptions- und Regenerationsfähigkeit der natürlichen Mitwelt nicht überfordert« (Scherhorn u. a. 1997, 7). Hinsichtlich der Sozialverträglichkeit wird das Kriterium formuliert, »ob mit dem jeweiligen Konsumverhalten soziale Ausbeutung und gesellschaftliche Ungleichheit verringert oder vergrößert (wird) und inwieweit sich damit die Chancen auf eine Befriedigung existentieller Grundbedürfnisse der an den Produktions- und Konsumketten beteiligten Bevölkerungsgruppen erhöhen oder verschlechtern« (Brand u. a. 2002, 10). »Nachhaltiger Konsum« meint keine Zustandsbeschreibung, sondern die Zielvorstellung einer ökologisch, sozial und ökonomisch verträglichen Verbesserung der Lebensqualität (Wuppertal-Institut 2005). Was diese Definitionen allerdings konkret für alltägliches Konsumhandeln bedeuten, ist nicht leicht handhabbar zu machen. Dann wird klar, dass nachhaltiger Konsum »ein hochkomplexes Gebilde« (Brand u. a. 2003, 17) und vielfach Komplexitätsreduktion angesagt ist. Um Nachhaltigkeitsimperative in den menschlichen Konsumalltag zu integrieren, ist ein hinreichend komplexer Konsumbegriff erforderlich.

4. Die Multidimensionalität von Konsumprozessen

Um Konsum angemessen verstehen zu können, muss die häufige Reduktion auf den Kaufakt überwunden und dem Konsumprozess, der dem Kauf von Produkten nachfolgt, mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden (Heiskanen/ Pantzar 1997). Konsum ist als dynamischer, mehrstufiger Prozess zu konzeptualisieren: Dieser beginnt mit der Entstehung von Bedürfnissen, umfasst Aktivitäten der Informationssuche, Kaufentscheidungen und -handlungen, integriert aber auch den Gebrauch der Güter bzw. Dienstleistungen (was oft Zusatzarbeit in der Transformation der Produkte bedeutet, etwa beim Kochen) und endet mit der Entsorgung (Scherhorn u. a. 1997). Konsumprozesse sind eingebettet sowohl in soziale Beziehungen und Kontexte des alltäglichen Lebens (z. B. Haushalte) als auch in gesellschaftliche Rahmenbedingungen und Entwicklungstrends (Warde 2002). Konsum ist keine isolierte, individuelle Angelegenheit, sondern ein bestimmter Typus sozialer Praxis, der oftmals unspektakulär und routinemäßig abläuft (Shove/ Warde 2002). Konsum umfasst ein Set von Praktiken, die es Menschen ermöglichen, Selbst-Identität auszudrücken, die Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen zu kennzeichnen, Ressourcen zu akkumulieren, soziale Unterschiede zu demonstrieren und Teilhabe an sozialen Aktivitäten sicherzustellen. Konsum ist sozial differenziert und differenzierend, kann sowohl als eine Form sozialer Strukturierung als auch als eine Form der Identitätskonstruktion gesehen werden (Uusitalo 1998).

In einer Konsumgesellschaft verleihen Erwerb, Besitz und Nutzung von Gütern und Dienstleistungen vielen Menschen »*Status und Sinn*« (Schneider 2000, 12; kursiv im Original), was für die Frage der Veränderbarkeit von Konsummustern große Bedeutung hat. Die Hauptfunktion des Konsums wird häufig in der Erfüllung funktionaler Nutzenaspekte gesehen. Eine wesentliche Funktion des Konsums liegt aber auch in seiner Kapazität zur Sinnstiftung (Douglas/ Isherwood 1979). Produkte tragen soziale

Bedeutungen, dienen als Kommunikatoren und werden sie dazu benutzt, soziale Beziehungen zu stiften und zu befestigen. Sie erfüllen nicht nur »Grundbedürfnisse«, sondern gleichzeitig immer auch kognitive, soziale und kulturelle Funktionen. Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen müssen diese *Konsumfunktionen* erfüllen, damit Menschen bereit sind, nicht-nachhaltige Bedürfnisbefriedigungen durch nachhaltigere zu ersetzen.

Bezogen auf den *Nahrungskonsum* bedeutet dies, dass Ernährung zwar eine physiologische Notwendigkeit ist, gleichzeitig jedoch eine soziale und kulturelle Praxis, die eng mit der Frage von Lebensqualität verknüpft ist. Stichwortartig lassen sich zumindest vier Funktionen von Ernährung unterscheiden (Brunner 2005): *Physiologische Funktionen* (Versorgung mit Nährstoffen und Energie, Stoffwechsel), *soziale Funktionen* (Identität, Integration und Distanz, Kommunikation), *kulturelle Funktionen* (Wert- und Sinnsysteme, Gebräuche, Nahrungsnormen, Tabus) und *psychische Funktionen* (Genuss, emotionale Sicherheit, Kompensation, Selbstwertgefühl). Soziale Funktionen werden z. B. deutlich, wenn Nahrung als soziales Zeichen fungiert, also durch den Konsum bestimmter Lebensmittel und Gerichte soziale Zugehörigkeit oder Abgrenzung signalisiert wird (Brunner 2007). Der Abgrenzungsaspekt findet etwa in der Alltagssprache seinen Ausdruck, wenn Menschen über eine mit dem Essen verbundene Zuschreibung sozial abgewertet werden (ein Beispiel dafür ist der abfällige Ausdruck »Spaghettifresser«). Der sozial verbindende Charakter des Essens wird in der Institution Mahlzeit deutlich (Barlösius 1999). Beispielhaft für kulturelle Funktionen können religiöse Rituale angeführt werden, bei denen durch das Einverleiben bestimmter Lebensmittel eine Verbindung mit göttlichen Wesen hergestellt wird (Gottwald/Kolmer 2005). Psychische Funktionen hat der Kabarettist Helmut Qualtinger mit folgendem Satz zum Ausdruck gebracht: »Wenn I traurig bin, muss I fress'n«. Eine Analyse von Nachhaltigkeitspotenzialen im Ernährungsfeld sollte die Multidimensionalität von Konsumprozessen berücksichtigen. Abstrakte Postulate (z. B.: »Wir alle müssen unseren Ernährungsstil ändern«) gehen an der konsumptiven Lebenswirklichkeit vieler Menschen vorbei.

5. Nachhaltigkeit und Ernährung

In vielen Analysen wird das *heutige Ernährungssystem* als *nicht nachhaltig* diagnostiziert (z. B. Goodman/Redclift 1991). Produktion, Verarbeitung, Distribution und Konsum von Lebensmitteln haben sowohl bedeutende Umweltauswirkungen (etwa hohe Energie- und Materialintensität, Emissionen, Bodenkontaminationen, Reduktion der Artenvielfalt, Flächenverbrauch) als auch soziale, ökonomische und gesundheitliche Implikationen: Dazu zählen Überwälzung von Umweltkosten an die Allgemeinheit, hohe Subventionen, Konzentrationstendenzen und Marktmacht, Bauernhofsterben, Zunahme an ernährungsbezogenen Krankheiten, Übergewicht, Ernährungsarmut, Hunger. Die Lebensmittelkette ist neben Bauen und Energieversorgung eines jener gesellschaftlichen Bedürfnisfelder, die in Bezug auf den gesellschaftlichen Stoffwechsel des österreichischen Wirtschaftssystems materiell und energetisch den höchsten Bedarf

an natürlichen Ressourcen aufweisen (Schandl 2000). Industrialisierung und Rationalisierung haben die Landwirtschaft hoch produktiv gemacht – diese Produktivität ist mit hohen Inputs an Energie, Material und Kapital sowie mit Umwelt schädigenden Emissionen verbunden und führt zu einem radikalen Abbau von Existenzgrundlagen in der Landwirtschaft. Seit dem Zweiten Weltkrieg hat sich die moderne Landwirtschaft vom Energielieferanten zum Energieverbraucher entwickelt.

Neben Produktion, Verarbeitung und Distribution ist auch die Konsumseite des Ernährungssystems nachhaltigkeitsrelevant. *Private Haushalte* verursachen direkte Umweltauswirkungen im ernährungsbezogenen Konsumprozess (z. B. Energieverbrauch), indirekte Umweltauswirkungen werden vor allem durch das Nachfrageverhalten wirksam. Wie Lebensmittel produziert, verarbeitet und vermarktet werden, darauf haben die KonsumentInnen mit ihrem *Nachfrageverhalten* zumindest einigen Einfluss. So führen ein hoher Fleischkonsum und die zunehmende Präferenz für stark verarbeitete, energieintensive Produkte (z. B. Fertigmahlzeiten) auch zu größeren Umweltauswirkungen (OECD 2001). Fleisch wurde als ein wesentlicher «Umweltfresser» identifiziert: Die Umweltbelastungen durch die intensive Tierproduktion sind sehr hoch (u. a. Emissionen, Flächenbelegung im In- und Ausland) – ein veränderter oder reduzierter Fleischkonsum hätte somit längerfristig ökologisch (und auch gesundheitlich) durchaus positive Auswirkungen. Für Österreich wird angenommen, dass eine Verdoppelung des Anteils von VegetarierInnen den gesamten materiellen Stoffwechsel um 10 bis 15 Prozent reduzieren würde (Fischer-Kowalski u. a. 1997, 217).

Will man die Ernährungsmuster in den westlichen Industriestaaten auf eine Kurzformel bringen, dann geht der Trend in Richtung »*Fetter, Schwerer, Schneller, Mehr*« (Döcker u. a. 1994). Gleichzeitig sind aber auch Gegentrends in Richtung gesundes und nachhaltiges Essen feststellbar. Bedenklich ist, dass in vielen sich industrialisierenden Ländern zunehmend den problematischen Aspekten westlicher Ernährungsstile gefolgt wird, was teilweise negative Auswirkungen für Umwelt und Gesundheit hat. Insbesondere die Nachfrage an Fleisch steigt rasant (Halweil/Nierenberg 2004). Gleichwohl gibt es unter dem Aspekt der Nahrungssicherheit global betrachtet eher das Problem des Mangels als jenes des Überflusses. Von den mehr als sechs Milliarden Menschen auf der Erde leidet ein Sechstel Hunger, ein weiteres Sechstel ist zeitweise von Hunger und Mangelernährung betroffen. Nur ein Sechstel der Weltbevölkerung ist gut ernährt, davon hat ein Zehntel Übergewicht (Redclift 1996).

Angesichts dieser Problemlagen wird *nachhaltige Ernährung* zunehmend ange-mahnt. So fordert etwa die Ernährungsökologie einen geringen oder gar keinen Fleischkonsum, den Konsum ökologisch produzierter Lebensmittel, eine Bevorzugung wenig verarbeiteter Lebensmittel oder solcher, die regional und saisonal erzeugt wurden (Koerber u. a. 2004). Ökologische Aspekte des Lebensmittelkonsums dürfen aber nicht verabsolutiert werden. An der Forderung nach dem Konsum wenig verarbeiteter Lebensmittel zeigen sich Zielkonflikte mit der sozialen Dimension von Nachhaltigkeit, wie etwa aus Gender-Perspektive: Häufig wird trotz steigender Frauenerwerbstätigkeit und Emanzipationsbestrebungen die Verantwortung für Ernährungs- und Hausarbeit immer noch weitgehend den Frauen zugeschrieben und von ihnen übernommen. Die

aus ökologischer Sicht erhobene Forderung nach dem Kauf von unverarbeiteten Lebensmitteln könnte Geschlechterungleichheiten befestigen. Verarbeitete Lebensmittel haben aus dieser Perspektive durchaus emanzipatorischen Charakter (Kaufmann 2006), da sie zur Erosion der traditionellen Hausfrauenrolle beitragen können. Die Problematik einer Forderung nach unverarbeiteten Lebensmitteln betrifft auch die Frage der Ess-Kontexte und der alltäglichen Lebensführung. In vielen Fällen werden dabei weder der Ernährungsalltag der Menschen noch dessen möglicherweise Nachhaltigkeit hemmende Strukturen berücksichtigt.

6. Die Studie »Ernährungspraktiken und nachhaltige Entwicklung«

Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf Ergebnisse eines vom österreichischen Wissenschaftsfonds FWF geförderten Forschungsprojekts mit dem Titel »Ernährungspraktiken und nachhaltige Entwicklung« (Brunner u. a. 2007), das im Zeitraum 2003 bis 2005 in Österreich durchgeführt wurde.¹ Ziel des Projekts war es, Chancen und Barrieren für nachhaltige Ernährung auf Konsumebene auszuloten. In einem im qualitativen Paradigma verorteten Forschungsdesign (Lueger 2000) wurden 70 Personen befragt. Zwei Drittel der Befragten wurden aus dem Raum Wien rekrutiert, um städtische Konsummuster herauszuarbeiten. Als ländlicher Kontrastfall wurde eine kleine Gemeinde untersucht, aus dieser kam ein Drittel der Befragten. Die Auswahl orientierte sich teilweise an soziodemografischen Merkmalen wie Geschlecht, Alter oder Bildungsgrad, teilweise wurden bewusst Personen mit bestimmten Charakteristika ausgesucht, von denen eine Erweiterung des Wissensstandes zu erwarten war (z. B. VegetarierInnen oder Lebensmittelgewerbetreibende in der kleinen Gemeinde). Insgesamt ergab sich ein soziodemografisch relativ ausgewogenes Sample, allerdings mit einem leichten Bias in Richtung Mittelschicht. Die Datenerhebung erfolgte mittels qualitativer Interviews, die Interpretation der Interviews wurde mit verschiedenen hermeneutischen Verfahren durchgeführt. Dabei wurden sowohl Fallanalysen erstellt als auch themenspezifische, fallübergreifende Auswertungen in verallgemeinernder Hinsicht vorgenommen.

Zwei Themenkomplexe wurden für die vorliegende Arbeit ausgewählt, nämlich Konsumbiographien und der Konsum von Bio-Lebensmitteln.

6.1 Konsumbiographien und Nachhaltigkeitspotenziale

Konsumpraktiken können sich im Laufe eines Lebens verändern, besonders Statusveränderungen und andere Umbrüche im Lebenslauf führen häufig zu einem Bewusstwerden bisheriger Konsumroutinen und öffnen Gelegenheitsfenster für nachhaltigen Konsum. Es erscheint deshalb sinnvoll, derartige »Konsumbiographien« genauer unter die Lupe zu nehmen.

1 Die Leitung dieses Projekts (FWF-Fördernummer P 16556-Go4) lag beim Autor dieses Beitrags, Projektmitarbeiterinnen waren Sonja Geyer, Marie Jelenko, Walpurga Weiss und Florentina Astleithner. Das Projekt wurde 2007 mit dem »Förderpreis Ernährungskultur« der Universität Kassel und der Johannes Fehr GmbH ausgezeichnet.

Die Interviewauswertung zeigt, dass *Erfahrungen in der Kindheit* oft die weitere Ernährungskarriere mitbestimmen. Vorstellungen über die Notwendigkeit »richtiger Mahlzeiten« werden über Generationen hinweg vermittelt, ebenso bleiben in der Kindheit erworbene Vorlieben für bestimmte Speisen und Lebensmittel oft im Erwachsenenalter erhalten – dies kann allerdings auch für erfahrene Abneigungen gelten. *Kontinuitäten* bestehen aber nicht nur hinsichtlich Geschmacksvorlieben und Normen im Zusammenhang mit Mahlzeiten, sondern auch bezüglich allgemeiner Vorstellungen über das Essen, etwa in Bezug auf den respektvollen Umgang mit und die Wertschätzung von Lebensmitteln (z. B. die Abneigung gegenüber dem Wegwerfen von Lebensmitteln). Erfahrungen von Knappheit in der Kindheit können bewirken, dass eine erlernte Sparsamkeitsorientierung und ein Preisbewusstsein auch unter verbesserten Lebensbedingungen wirksam bleiben. War die Kindheit entbehrrungsreich (wie in den Kriegsjahren) und waren bestimmte Lebensmittel rar, so werden diese Lebensmittel auch noch Jahrzehnte später emotional hoch bewertet. Das Aufwachsen in »Patchwork-Familien« mit vielen Bezugspersonen und differenten Ernährungsstilen kann zur Ausbildung eher diskontinuierlicher Ernährungsmuster führen. Liebe und Sorge im Zusammenhang mit Lebensmitteln in der Kindheit sowie ein positiv erlebtes Ambiente im Umgang mit Kochen und Essen in der Herkunftsfamilie haben einen hohen Stellenwert für die Weitergabe bestimmter esskultureller Vorstellungen. Waren in der Herkunftsfamilie Lebensmittel aus biologischem Anbau üblich, dann werden diese tendenziell auch vom Nachwuchs in den Alltag integriert bzw. entwickelt sich eine bestimmte Offenheit ihnen gegenüber. Voraussetzung ist allerdings, dass diese Produkte in einer nicht-repressiven, toleranten Atmosphäre erfahren wurden, da sonst im Zuge der Pubertät Distanzierungsstrategien wahrscheinlich werden. Wurden in der Kindheit Speisen frisch zubereitet, kann Frische als Qualitätskriterium von Lebensmitteln auch im weiteren Lebenslauf eine wesentliche Rolle spielen. Ähnliches gilt für die Wertschätzung von qualitativ hochwertigen Zutaten und Markenprodukten. Räumen die Eltern dem Essen einen hohen Stellenwert ein, dann kann sich dies bei den Kindern fortsetzen. Umgekehrt steigt in Herkunftsfamilien, wo das Essen eher geringere Bedeutung hatte, die Wahrscheinlichkeit, dass diese Haltung auch im späteren Leben bestehen bleibt.

Kontinuitäten in der Ernährungsbiographie können allerdings durch *Statuspassagen und andere Umbrüche im Lebenslauf* deutlich erschüttert werden und alimentäre (d. h. die Ernährung betreffende) Umorientierungen zur Folge haben. Die *Pubertät* als Statuspassage ist jene Zeit, in der die Ablösung der Jugendlichen von der Herkunftsfamilie beginnt und außerfamiliäre, meist gleichaltrige Bezugsgruppen an Bedeutung gewinnen. Die Interviewanalyse macht deutlich, dass sich mit der Pubertät auch die Ernährungspraktiken verändern: Das Essen außer Haus wird für viele Jugendliche wichtiger, der Tisch, »das strenge, hohe Symbol der Institution Familie« (Kaufmann 2006, 167), wird gemieden. »Fast Food« und »Convenience Food« gewinnen an Bedeutung und Essen wird oft zur bloßen Nahrungsaufnahme. Es wird ein eigener Ess-Stil entwickelt, welcher der Abnabelung vom Elternhaus dient und eigene Ess-Präferenzen auszubilden erlaubt. Alimentäres Rebellentum ist nicht selten, muss allerdings nicht

immer längerfristig in vom Elternhaus abweichenden Ernährungsformen münden. Soziale Ungleichheit wird teilweise auch im Ernährungshandeln von Kindern und Jugendlichen reproduziert (Klocke 1995). Fallweise können bewusst gewählte Askese und Essensverweigerung in der Pubertät auch als Machtmittel gegenüber familiären Strukturen eingesetzt werden.

Auch der *Auszug aus dem Elternhaus* oder das außerhäusliche Wohnen während der Studienzeit hat alimentäre Auswirkungen. Da andere Lebensbezüge wichtiger werden, verliert das Essen oft an Bedeutung, »Snacking« wird häufiger. Insbesondere bei jungen Männern stehen Quantität und schnelle Sättigung im Vordergrund. Allerdings wird in den meisten Fällen die Nabelschnur nicht abrupt getrennt: So ist der StudentInnenstatus oft durch Pendeln zwischen der Übernahme von Ernährungsverantwortung und der Rückkehr in infantiles Versorgt-werden-Wollen im »Hotel Mama« am Wochenende gekennzeichnet. Die Versorgung der sich lösenden Kinder mit Lebensmitteln und/ oder gekochten Speisen kann den Ablösungsprozess in alimentärer Hinsicht erträglicher machen. Nahrungsgaben fungieren als Zeichen von Liebe und Fürsorge.

Statuspassagen im Lebenslauf sind oft mit einem Reflexiv-Werden von Konsumroutinen verbunden, mit der Notwendigkeit, neue Normalitäten und Arrangements aushandeln zu müssen (Kemmer et al. 1998). Dies kann bei der *Gründung eines gemeinsamen Haushalts* oder mit dem *Beginn einer Partnerschaft* der Fall sein. Es stellt sich dann die Frage, wie ein Essen auf den Tisch kommt, welche Speisen ausgewählt werden und wer Einkauf und Zubereitung übernimmt. Das empirische Material unserer Untersuchung zeigt, dass mit dieser Situation sehr unterschiedlich umgegangen wird, dies für alle Befragten aber eine Herausforderung bedeutet. Im Unterschied zur Pubertät wird mit Beginn einer Partnerschaft aus dem Essen als Nahrungsaufnahme ein Akt emotionaler und sozialer Wertigkeit, ein Ausdruck der Liebe, Verbundenheit und Geselligkeit. Kochen und regelmäßige Mahlzeiten gewinnen an Bedeutung, der Stellenwert des Essens erhöht sich: »Der Wunsch, sein Bestes und mehr zu geben, um das geliebte Wesen zu ernähren, gehört zur Grammatik der Verführung« (Kaufmann 2006, 169).

In geschmacklicher Hinsicht zeigen sich geschlechtsbezogene Assimilationsprozesse: Frauen orientieren sich bei der Familiengründung häufiger an den Wünschen der Familienmitglieder (Mann und Kinder) als an den eigenen Präferenzen. Frauen geben bei Familiengründung – insbesondere in traditionalistischen Milieus – häufig die eigene Berufstätigkeit auf, um die an sie delegierten Haushalts- und Versorgungspflichten für die Familie wahrzunehmen. Haben Männer Ernährungsverantwortung als weibliche Zuständigkeit erfahren, so neigen sie dazu, bei Beginn einer Partnerschaft diese Funktion selbstverständlich und unreflektiert auf die Partnerin zu übertragen. Im Zusammenhang mit Partnerschaft ist auch die *Geburt von Kindern* zu erwähnen, die oft Ernährungsumstellungen mit sich bringt. So kann etwa der Wunsch nach natürlich und schadstoffarm produzierten, der Kindergesundheit zuträglichen Produkten wachsen und eine verstärkte Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln oder der Einstieg in den erstmaligen Bio-Konsum die Folge sein.

Konsumbezogen krisenhaft kann die Phase sein, wenn im Zuge von *Trennungen* der gemeinsame Haushalt aufgelöst wird und die getrennten Individuen wieder Ernährungsverantwortung für sich übernehmen oder an andere delegieren müssen. Männer beginnen oft erst bei der Scheidung und der gewollten oder erzwungenen Übernahme des Alleinerzieherstatus, sich aktiv für Ernährungsfragen zu interessieren. Auch ein längerfristiges Single-Dasein, vor allem im höheren Lebensalter, kann die aktive Beschäftigung mit Essen und Kochen, die Aneignung von Kochkompetenz fördern.

Doch nicht nur gesellschaftlich institutionalisierte Statuspassagen können mit einer Änderung von Ernährungspraktiken verbunden sein, auch *andere Umbrüche im Lebenslauf* (etwa Unfälle, Tod von Familienmitgliedern, Krankheiten) können dies bewirken. Der Themenkomplex Gesundheit/Krankheit ist in vielen Fällen motivierender Faktor für Ernährungsumstellungen (Brunner u. a. 2006). Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sehr unterschiedliche Gesundheitsorientierungen gibt (Weiss 2007), die nicht in jedem Fall die Bereitschaft zu bzw. den Konsum von nachhaltiger Ernährung fördern. Krankheiten, die einer falschen Ernährung zugeschrieben werden, krankheitsbedingte Ereignisse in Familie und Freundeskreis, altersbedingte körperliche Fragilitäten, ein negativ erlebtes Körpergewicht oder arbeitsbezogene Erschöpfungszustände bilden oft einen Einschnitt in der Ernährungsbiographie und können einen Anstoß zur Veränderung routinisierter Konsumpraktiken geben. Eine mögliche Folge ist, dass ehemals verpönte oder neue Lebensmittel in den Speiseplan integriert, neue geschmackliche Erfahrungen gemacht werden und dass sich längerfristig der Geschmack verändert. Die Integration ernährungsbezogener ExpertInnenratschläge, ein behutsamerer Umgang mit dem eigenen Körper oder die Aufnahme sportlicher Aktivitäten sind mögliche Auswirkungen. Oft sind mit krankheitsbedingten Ernährungsumstellungen eine Distanzierung gegenüber industriell produzierten Lebensmitteln und eine steigende Wertschätzung »naturbelassener« Produkte verbunden. Auch Bio-Produkte werden dann häufiger konsumiert, manchmal zum ersten Mal im Leben. Die Bandbreite an Handlungskonsequenzen aufgrund von Krankheitserfahrungen ist relativ groß: Vor allem Männer können trotz vorhandenem Problembewusstsein gesunde Ernährung verweigern, was allerdings mit zunehmendem Alter schwieriger wird. Manche Personen orientieren sich zwar kurzfristig an Ernährungsempfehlungen von ExpertInnen, bei zunehmender Sicherheit im Umgang mit der Krankheit kann es aber wieder zu einer Rückkehr zu früheren Gewohnheiten kommen.

Die konsumbiographische Analyse hat förderliche Voraussetzungen für nachhaltige Ernährung zutage gebracht. Positive kulinarische Erfahrungen in der Herkunftsfamilie, die Vermittlung einer Wertschätzung für Lebensmittel, die frühe Übernahme von Ernährungsverantwortung und generell ein ernährungs- und gesundheitsorientiertes Umfeld bieten gute Voraussetzungen für die Herausbildung von an Nachhaltigkeit orientierten Ernährungsmustern. Der Erwerb von Ernährungskompetenz in der Herkunftsfamilie und/oder durch schulischen Unterricht bzw. soziale Netzwerke kann als wichtige Voraussetzung für nachhaltige Ernährung gelten. Weiters kann sich ein nicht-rigides »Bio-Ambiente« in der Familie positiv auf den späteren Konsum von Lebensmitteln aus ökologischem Anbau auswirken. Unter dem Aspekt von *Wende-*

punkten sind u. a. relevant: Der Einstieg in den Vegetarismus, Krankheitserfahrungen sowie andere körperbezogene Wahrnehmungen (z. B. zu hohes Gewicht), die zu einer (teilweisen) Umorientierung der Ernährungspraktiken führen können. Aus männlicher Perspektive kann sich die Gründung eines gemeinsamen Haushalts als förderlich erweisen, da dies möglicherweise mit einer durch die Partnerin induzierten höheren Gesundheitsorientierung bzw. mit einer höheren Wertschätzung der sozial-kommunikativen Aspekte von Ernährung einhergeht. Auch ein ernährungs- und gesundheitsorientiertes Umfeld im Freundeskreis kann sich positiv auswirken, da hier kommunikativer Austausch und Feedbackprozesse möglich werden, die oft für die Weiterführung eines eingeschlagenen Ernährungsweges notwendig sind. «Motivallianzen» (Littig 1995) aus Genuss, Gesundheit, Ökologie und Tierschutz und die Praktizierung einer toleranten, egalitär angelegten Haushaltsführung bieten meist ein ideales Bedingungs-feld für nachhaltige Ernährung. Generell senken biographische Umbrüche die Barrieren für nachhaltige Ernährungsweisen, da solche Umbrüche oft mit einer Reflexion der Ernährungspraktiken verbunden sind und nachhaltiges Essen eine mögliche Antwort auf neue Bedürfnisse sein kann.

Ob sich Ernährungsverläufe stärker in Richtung Nachhaltigkeit bewegen, ist aber auch von der *Gestaltung der Rahmenbedingungen* abhängig. Aus konsumbiographischer Sicht lässt sich erstens ableiten, dass die Förderung nachhaltiger Ernährung verstärkte Bemühungen um die Ausbildung und Stärkung der menschlichen *Ernährungskompetenz* erfordert. »Ernährungskompetenz« meint dabei nicht nur Kochkompetenz, sondern im Kontext von Nachhaltigkeit auch soziale, ökologische, ökonomische, naturwissenschaftliche und kulturelle Fähigkeiten, Fertigkeiten und entsprechendes Wissen. Ohne Ernährungskompetenz ist die Übernahme von Ernährungsverantwortung nur schwer möglich, umgekehrt fördert die Übernahme von Ernährungsverantwortung die (weitere) Ausbildung von Ernährungskompetenz.

Die Ausbildung und Stärkung von Ernährungskompetenz ist zweitens in engem Zusammenhang mit der *Gender-Frage* zu sehen (Jelenko 2007), d. h. sowohl eine geschlechtssensible Ernährungsqualifikation als auch die gesellschaftliche Förderung gleichberechtigter Geschlechterbeziehungen können sich nachhaltigkeitsfördernd auswirken. Ernährungskompetenz wird noch immer in hohem Ausmaß entlang weiblicher Linien weitergegeben. Nachhaltigkeitspolitisch bedeutet dies, dass Maßnahmen zum einen auf die generelle Erhöhung der Ernährungskompetenzen von Frauen und Männern und zum anderen auf die stärkere Beteiligung der Männer an der Ernährungsarbeit gerichtet sein sollten.

Für *lebensgeschichtliche Umbruchsituationen* lässt sich drittens ableiten: Akteu-rInnen im Ernährungssystem (besonders Produktion und Handel), die an solchen Umbruchsituationen angesiedelten Institutionen (etwa Krankenhäuser, Beratungseinrichtungen) und andere gesellschaftliche Interessengruppen (wie Nichtregierungsorganisationen/NGOs, Verbraucherschutz) sollten verstärkt kommunikativ und angebotsorientiert an diesen Umbruchsituationen ansetzen. Damit wird es möglich, den KonsumentInnen in diesen Phasen der Ent-Routinisierung mit nachhaltigen Angeboten und Informationen entgegenzukommen.

6.2 Der Konsum von Bio-Lebensmitteln

Der *biologische Landbau* kann als nachhaltige Form der Lebensmittelproduktion gelten. Er ist mit einer deutlich geringeren Umweltbelastung verbunden (u. a. verminderte Schadstoffbelastung, bessere Bodenqualität, geringere Emissionen von Treibhausgasen, größere Artenvielfalt) (Koerber u. a. 2004). Demnach kann der Konsum von biologisch produzierten Lebensmitteln in ökologischer Hinsicht einen wesentlichen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit im Ernährungssystem leisten. Aus sozialer und ökonomischer Nachhaltigkeitsperspektive ist bedeutsam, dass der Konsum von Bio-Lebensmitteln für breite Kreise der Bevölkerung erschwinglich und mit keiner sozialen Stigmatisierung verbunden sein sollte. Studien zeigen jedoch, dass diese »Demokratisierung« des Bio-Konsums bisher nur ansatzweise stattgefunden hat: Der Großteil der Bio-KonsumentInnen verfügt über höheres Einkommen und höhere Bildung (Kropp/ Brunner 2004).

Österreich liegt mit einem Anteil von 14,5 Prozent der bewirtschafteten Fläche im internationalen Spitzenfeld der Bio-Produktion. Der Marktanteil von Bio-Produkten steigt von Jahr zu Jahr kontinuierlich an, liegt 2007 mengenmäßig bei 6 Prozent und wertmäßig bei 5,2 Prozent. Innerhalb von drei Jahren hat der *Bio-Konsum in Österreich* um mehr als ein Drittel zugenommen. Marktforschungsdaten verweisen z. T. auf einen sehr hohen Anteil an Bio-KonsumentInnen, aktuell seien es nur 9 Prozent der Bevölkerung, die nicht zumindest gelegentlich Bio-Produkte kaufen (BMLFUW 2008, 153). Angesichts der realen Umsatzanteile scheinen diese Zahlen aber eindeutig zu hoch, vermutlich sind undeutliche Vorstellungen von »Bio« auf Seiten der KonsumentInnen der Grund.

6.2.1 Die »Normalisierung des Bio-Konsums«

Bei den *Motiven* für den Kauf von Bio-Lebensmitteln zeigt sich generell, dass Bio-Produkte häufig aus gesundheitlichen Gründen (z. B. Freiheit von Schadstoffen) und geschmacklichen Motiven erworben werden. Ökologische Überlegungen sind in den meisten Fällen zweitrangig. Produktqualität kommt bei den KonsumentInnen deutlich vor Prozessqualität. Besonders für Kinder im Haushalt wird die vermutete Gesundheitszuträglichkeit von Bio-Produkten hervorgehoben. Umweltmotive (z. B. Reduzierung der Transportwege) kommen häufig in Kombination mit Gesundheitsaspekten vor. Für einige KonsumentInnen bieten Bio-Produkte eine Möglichkeit, sich vor Lebensmittel-skandalen oder gentechnisch veränderten Lebensmitteln zu schützen. Manchmal sind es auch sozial- und wirtschaftskritische Motive, die zum Kauf von Bio-Produkten anleiten, etwa um als KonsumentIn ein Zeichen zu setzen und die BäuerInnen zu unterstützen. Meist handelt es sich um ein Bündel an Motiven, das Menschen zum Bio-Konsum führt.

Allgemein lässt sich aufgrund unserer Untersuchung für alle KonsumentInnen-gruppen eine *Entideologisierung und Normalisierung des Biokonsums* feststellen. InterviewpartnerInnen verweisen auf ein gewandeltes Bild der Bio-KonsumentInnen, das nicht mehr dem Bild alternativer Körner-EsserInnen entspricht. Generell empfinden die KonsumentInnen die Vorstellung rigider Bio-KonsumentInnen – wie jeden Ernährungsrigorismus – sozial negativ etikettiert und mit den Erfordernissen

moderner Lebensstile schwer zu vereinbaren. Es wird positiv vermerkt, dass eine Entstigmatisierung des Bio-Konsums stattgefunden hat. Als vorteilhaft gilt auch, dass die Entideologisierung eine Verbreiterung der KundInnenstruktur bewirkt hat, dass es zu vernünftigen Preisrelationen gekommen ist und damit Bio-Lebensmittel für die breite Masse zugänglich geworden sind. Die höhere gesellschaftliche Akzeptanz von »Bio« und das größere Angebot lassen auch positive Leitbilder einer nachhaltigen Ernährung entstehen, die für Jugendliche attraktiv sein können.

Die Normalisierung des Bio-Konsums hat allerdings zur Folge, dass Bio-Lebensmittel häufiger mit Gesundheitsmotiven (Wellness, Fitness) sowie mit Naturbelassenheit (geringer Verarbeitungsgrad) in Verbindung gebracht werden als mit ökologischen Handlungsgründen. Dem korrespondiert, dass Wissen über ökologische Produktionsbedingungen und Standards oft nur gering ausgeprägt ist. Bio-Lebensmittel geraten so leicht in Konkurrenz zu anderen Lebensmitteln vermeintlich naturnaher Herkunft. Die »Veralltäglichung« von »Bio« hat auf der einen Seite zur Folge, dass die Hürden für den Bio-Kauf gesenkt werden (leichtere Erreichbarkeit, größeres Angebot, weniger ideologisch bedingte Hürden, »modernere« Einkaufsstätten). Auf der anderen Seite ist damit allerdings auch eine Gewöhnung an Bequemlichkeit verbunden, d. h. wenn Bio-Lebensmittel nicht schnell in entsprechender Qualität und zum entsprechenden Preis verfügbar sind, dann wird auf konventionelle Produkte zurückgegriffen. Die Normalisierung des Bio-Konsums kann sowohl zu einer Erosion der Wertegrundlagen einer ökologischen Landwirtschaft führen als auch zum Sinken des »Überzeugungsdrucks«, der auch anspruchsvollere Hürden überwindbar macht.

6.2.2 Der Bio-Konsum nach KäuferInnen-Gruppen

In Anlehnung an die internationale Forschung (Torjusen et al. 2004) werden Intensiv-, Gelegenheits- und Seltenheits- sowie Nicht-KäuferInnen unterschieden. Im Vergleich zeigt sich, dass für die Gruppe der *IntensivkäuferInnen* Gesundheitsaspekte meist zentrale Bedeutung für den Bio-Konsum haben, gefolgt von Umwelterwägungen im weiteren Sinn (besonders Tierschutz) und Qualitätsmotiven (besserer Geschmack, Natürlichkeit der Produkte, weniger chemische Rückstände). In der Analyse unserer Interviews haben sich drei deutlich unterschiedene »Motivallianzen« (Littig 1995) für den intensiven Bio-Konsum herauskristallisiert.

Bei der vorwiegend männlich dominierten »Umwelt-Zuerst«-Motivallianz nehmen Umweltmotive den ersten Rang ein, wobei auch Argumente der sozialen Gerechtigkeit eine wichtige Rolle spielen (Unterstützung und Honorierung der Bio-BäuerInnen, Kritik der subventionierten konventionellen Landwirtschaft). Geschmack und Gesundheit sind zwar auch wesentliche Motive, aber der Umwelt deutlich nachgereiht.

Die vorwiegend weiblich dominierte »Gesundheit-Zuerst«-Motivallianz beim Bio-Intensiv-Konsum verbindet Gesundheit als primäres Motiv mit anderen Beweggründen. Diese Kombination tritt in zweifacher Ausprägung auf: Zum einen als Kombination von Gesundheit und Umwelt, wobei hier zwar Gesundheitsaspekte dominieren, jedoch auch ökologische Handlungsgründe (Zerstörung der Umwelt durch konventionelle Landwirtschaft, nicht artgerechte Tierhaltung) wesentlich sind. Darüber hinaus sind

auch Geschmack und Natürlichkeit der Lebensmittel wichtig. Bei der zweiten Kombination haben Umweltaspekte nur nachrangige Bedeutung – hier ist Regionalität in Verbindung mit kürzeren Transportwegen ein prominentes Argument.

Bei der »Qualität-Zuerst«-Motivallianz sind ein ausgeprägtes Qualitätsverständnis in Verbindung mit Geschmack und der Bevorzugung einer handwerklich orientierten, kleinräumigen Bio-Landwirtschaft (als positive Abgrenzung zur industriellen Lebensmittelproduktion) zentrale Kaufmotive. Neben der Produktqualität ist auch die Prozessqualität konsumrelevant.

Für *IntensivkäuferInnen* spielt der Preis keine herausragende Rolle. Erscheint der Mehrpreis allerdings zu hoch, zieht auch diese an sich relativ erschütterungsresistente Gruppe von Bio-KonsumentInnen konventionelle Lebensmittel vor oder setzt Prioritäten für Produkte, die – jenseits von Preisüberlegungen – auf jeden Fall in Bio-Qualität gekauft werden. Andere, den Interviewpersonen nicht so wichtige Lebensmittel werden in konventioneller Qualität erworben. Für viele IntensivkäuferInnen erweist sich der Bio-Kauf auch als Sicherheitsstrategie gegen eventuelle Lebensmittelskandale.

IntensivkäuferInnen erwerben ihre Bio-Lebensmittel meist in mehreren Einkaufsstätten. Prioritäten für bestimmte Produkte, infrastrukturelle Gegebenheiten, Zeitüberlegungen, partnerschaftliche Arbeitsteilungen und die Unterscheidung zwischen Großeinkauf und täglichem Kleineinkauf bestimmen, welche Einkaufsstätten mit welcher Frequenz besucht werden. Während die einen im Supermarkt die Angebotsvielfalt, den Preis und die Sicherheitsgarantie eines großen Konzerns hervorheben, ist für die anderen der Bio-Laden ein Garant höherer Qualität (meist verbunden mit Erzeugermarken) und schafft aufgrund der persönlicheren Atmosphäre und der Bekanntheit der ErzeugerInnen mehr Vertrauen. Ein hoher Stellenwert kommt dem Einkauf auf Märkten und der Ab-Hof-Vermarktung bzw. Lieferung nach Hause (»Biokiste«) zu. Auch diesen Vermarktungswegen wird eine höhere Vertrauenswürdigkeit unterstellt, der persönliche Kontakt mit den ProduzentInnen und teilweise auch die persönliche Besichtigung der Produktionsbedingungen werden positiv bewertet.

Die Bio-IntensivkäuferInnen sind soziodemografisch tendenziell jünger als die Gelegenheits- und SeltenheitskäuferInnen, auffällig ist der – mit anderen Studienergebnissen übereinstimmende – hohe Anteil von AkademikerInnen und InhaberInnen gehobener Berufspositionen, der oft auch mit höherem Einkommen einhergeht.

Bei den *Gelegenheits- und SeltenheitskäuferInnen* stehen ganz klar Gesundheits- und Körpermotive im Vordergrund, meist in Kombination mit dem Wunsch nach Naturbelassenheit von Lebensmitteln. Deutlich werden auch Geschmacks- und Qualitätsvorstellungen sowie Traditionsbezüge (der Wunsch nach dem »Ursprünglichen«). Umweltüberlegungen spielen nur mehr im Einzelfall eine Rolle. In vielen Fällen ist die Grenze zwischen »Bio« und »natürlich« sehr diffus – so werden etwa Produkte aus dem eigenen Garten oder bestimmte »naturnahe« Lebensmittel als »biologisch« produziert angesehen. Während »Bio« im weitesten Sinn bei dieser Gruppe noch mit Abstrichen positiv konnotiert ist, mehren sich gleichzeitig die Zweifel an Bio-Labels und generell an der biologischen Landwirtschaft. Regionalität, Eigenanbau und

Herkunft »direkt vom Bauern« können sich als stärkere Vertrauensquellen erweisen. Fast durchgehend zeigt sich, dass der mögliche Mehraufwand den Kauf biologischer Lebensmittel beschränkt. Wenn Bio-Lebensmittel nicht leicht zu erwerben sind und einen zu hohen Preis haben, werden konventionelle Lebensmittel vorgezogen. Bei den Einkaufsstätten steht der Einkauf im Supermarkt und bei den Discountern deutlich an erster Stelle, der Bio-Laden ist nur mehr im Einzelfall für spezielle (z. B. makrobiotische) Produkte relevant. Statt dem Bio-Laden wird häufig der kleinere, konventionelle Fachhandel bevorzugt, der als vertrauenswürdig gilt und gleichsam als Ersatz für »Bio« steht. Märkte und Ab-Hof-Verkaufsstellen sind zusätzliche Einkaufsorte.

Diese KonsumentInnen-Gruppe ist tendenziell älter als jene der IntensivkäuferInnen, es finden sich nur mehr vereinzelt AkademikerInnen, mittlere und weniger privilegierte Berufspositionen dominieren. Es sind deutlich mehr Frauen vertreten. Bei mehr als einem Drittel stellt sich in der Analyse eine »Bio-Schimäre« heraus, d. h. es wird zwar ein (seltener) Bio-Kauf behauptet, im Interviewkontext wird aber klar, dass damit selbst angebaute Produkte oder konventionelle Produkte »vom Bauernhof« gemeint sind.

Die Gründe, die *Nicht-KäuferInnen* angeben, sind vielfältig: Neben dem oft genannten Mehrpreis sind auch fehlendes Ernährungsinteresse oder Skepsis und/ oder mangelndes Wissen bezüglich der Produktionsbedingungen relevant. Zweifel an den Qualitätsansprüchen und Kontrollen, eine fehlende Umweltorientierung, eine Distanzierung von einer vermeintlichen Öko-Ideologie sowie ein ausgeprägtes Vertrauen in die österreichische konventionelle Produktion bzw. Lebensmittelkontrollen sind weitere Motive, keine Bio-Produkte zu kaufen. Unter bestimmten Bedingungen sind allerdings auch prinzipielle Nicht-KäuferInnen bereit, einzelne Bio-Produkte zu erwerben: So zum Beispiel, wenn ein bio-abstinenter Vater seine »Bio-Tochter« zu Besuch hat, aus Liebe ihrem Geschmack entsprechen will und daher Bio-Produkte kauft. Die Gruppe der Nicht-KäuferInnen erstreckt sich über die gesamte Alterspalette, beide Geschlechter sind etwa gleich vertreten, das Bildungsniveau ist mittel bis gering, handwerkliche Berufe dominieren.

6.2.3 Schlussfolgerungen

Die qualitative Analyse hat gezeigt, dass sehr *unterschiedliche Motive* und *Motivkombinationen* zu mehr oder weniger intensivem Bio-Konsum führen können, dass verschiedene »Motivallianzen« für unterschiedliche Gruppen von KonsumentInnen wirksam sind. Insbesondere die verschiedenen Zugänge zu gesunder Ernährung bieten viele Anknüpfungspunkte für Nachhaltigkeit. Dabei zeigen Bio-IntensivkäuferInnen häufig andere Gesundheitsvorstellungen (Ganzheitlichkeit) und haben dementsprechend andere Erwartungen an Bio-Lebensmittel als die Gelegenheits- und SeltenheitskäuferInnen, bei denen ein funktionales Gesundheitsverständnis vorherrscht (Schlankheit, Fitness). Nachhaltigkeits-AkteurInnen im Ernährungssystem müssten generell an den gezeigten Motivallianzen ansetzen sowie zielgruppenspezifische Kommunikations- und Marketingstrategien und entsprechende Produktentwicklungen fördern.

Was den Aspekt der *Demokratisierung des Bio-Konsums* betrifft, so sind insbesondere die Bio-IntensivkäuferInnen noch immer weitgehend durch die Charakteristika hohe Bildung, gehobene Berufspositionen und höheres Einkommen gekennzeichnet. Soll diese Beschränkung überwunden werden, müssten ernährungskommunikative Maßnahmen gesetzt werden, welche die Motive und Orientierungen der Zielgruppe von Gelegenheits- und SeltenheitskäuferInnen ansprechen, um diese Gruppe an den Intensivkonsum heranzuführen (z. B. Anknüpfen an »Fitness«). Deutlich wurde zudem, dass sich der »Bio«-Gedanke in der Gesellschaft ausgebreitet hat und von den VerbraucherInnen in hohem Ausmaß mit positiven Assoziationen verknüpft wird. Problematisch ist allerdings, dass KonsumentInnen einen sehr dehnbaren »Bio«-Begriff haben. Nachhaltigkeitskommunikation müsste deshalb stärker auch die umweltbezogenen Vorteile des Bio-Konsums und einer nachhaltigen Ernährungswirtschaft in den Vordergrund rücken. Gerade im Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Klimawandel-Diskussion bieten sich derartige Möglichkeiten.

Relativ gruppenübergreifend scheint das (mehr oder weniger ausgeprägte) Bedürfnis nach persönlicheren Einkaufserlebnissen und unterschiedlichsten Formen der (Vertrauen schaffenden) Direktvermarktung als Antwort auf entfremdete Beziehungen zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen zu sein. Auch wenn diese Vermarktungsformen in quantitativer Hinsicht den Bio-Lebensmittelmarkt nicht dominieren, sind hier durchaus noch Nachhaltigkeitspotenziale im Sinne einer verstärkten »Re-Kontextualisierung« (z. B. in der Verbindung von »Bio« und »Region«) vorhanden.

Was die *generelle Entwicklung des Bio-Markts* betrifft, so ist eine Ausweitung mit widersprüchlichen Anforderungen für die »Bio-Szene« konfrontiert: Zum einen sind die »supermarkt- und discounter-orientierten« Gelegenheits- und SeltenheitskäuferInnen mit dominant funktionalen Gesundheitsvorstellungen zu »bedienen«, damit sie häufiger Bio-Lebensmittel konsumieren; zum anderen sollten die zumindest teilweise an Bio-Läden gewöhnten IntensivkäuferInnen mit ihrem Interesse auch an ökologischen Aspekten und einer fundierten Wertegrundlage für ökologische Produktion sowie an ganzheitlichen Gesundheits- und Körperkonzepten in ihrem Konsum stabilisiert und weiter motiviert werden. Gesundheit, Umwelt und Qualität sind hier wesentliche Bezugspunkte. Konsequenz kann nur sein, die Diversität in Produktion und Handel zu fördern und zu erhalten, da diese einer differenzierten KonsumentInnen-Struktur entspricht.

7. Wege zum nachhaltigen Konsum

Die empirische Analyse hat an zwei Beispielen Chancen für nachhaltigen Konsum identifiziert (zu anderen Dimensionen nachhaltiger Ernährung siehe Brunner u. a. 2007). Ein gesellschaftliches Projekt »nachhaltige Ernährung« stößt auf vielfältige Resonanz bei den KonsumentInnen, auch wenn häufig nur Teilaspekte von Nachhaltigkeit im Konsumalltag relevant sind. Ein durchgehend nachhaltiger Lebens- und Konsumstil ist sehr voraussetzungsreich und im Alltag nur schwer zu realisieren. Dafür sind weder die Voraussetzungen bei den KonsumentInnen gegeben, noch die kontext-

tuellen Rahmenbedingungen entsprechend gestaltet. Nichtsdestotrotz wird im nachhaltigkeitspolitischen Kontext oft gefordert, die Menschen müssten ihren Lebens- und Ernährungsstil ändern und im Sinne des Nachhaltigkeitsgedankens handeln. Damit wird unterstellt, dass sich Lebens- und Ernährungsstile mit einer Willensleistung recht einfach ändern ließen, womit die *Verantwortung* für viele Nachhaltigkeitsprobleme den KonsumentInnen zugeschrieben wird. Doch Lebens- und Ernährungsstile sind eng mit der Identität von Menschen verbunden und in soziale, kulturelle und ökonomische Kontexte eingebettet. Eine hauptsächliche Verantwortungszuschreibung an die KonsumentInnen blendet aus, dass auch geeignete *kontextuelle Rahmenbedingungen* (wie etwa Angebote, Anreizsysteme, kommunikative Maßnahmen, Kooperationen verschiedener gesellschaftlicher Akteursgruppen) vorhanden sein müssen, damit ein bestimmtes Konsumhandeln möglich wird (Brand u. a. 2002). Chancen müssen politisch und gesellschaftlich gestaltet sowie identifizierte Hemmnisse abgebaut werden, soll nachhaltige Ernährung in tragendem Ausmaß gesellschaftliche Realität werden.

Das Leitbild eines bzw. einer ethisch verantwortlichen KonsumentIn ignoriert die strukturelle Überforderung der KonsumentInnen, die aus einem Wissens-, einem Bewertungs- und einem Umsetzungsproblem resultiert. Das Wissensproblem meint, dass KonsumentInnen im Normalfall das Wissen über Produktionszyklen von Produkten nicht zur Verfügung steht bzw. sie auch wenig aktives Interesse an der Beschaffung solcher Informationen haben. Das Bewertungsproblem verweist auf die Multidimensionalität von Nachhaltigkeit mit z. T. widersprüchlichen Bewertungskriterien und damit verbundener hoher Komplexität. Das Umsetzungsproblem schließlich bezieht sich auf die Schwierigkeit, KonsumentInnen zu kollektivem Handeln zu bewegen. Rahmenbedingungen sind deshalb wesentlich, um nachhaltigen Konsum zu ermöglichen und zu fördern (Grunwald 2002). Damit soll den KonsumentInnen Verantwortung nicht abgesprochen, sondern auf die *geteilte Verantwortung* für die Realisierung nachhaltigen Konsums hingewiesen werden (Belz/ Bilharz 2008): »Insgesamt tritt bei der Umsteuerung des Konsums jene Konstellation von Triebkräften hervor, welche auch die Steuerung der Produktion und der gesamten Wertschöpfungskette bestimmt: der Staat mit seinen Rahmenbedingungen, die selbstregulativen Kräfte des Marktes sowie der konfrontative und konstruktive Dialog mit der Zivilgesellschaft« (BUND/ Brot für die Welt 2008, 509).

Die österreichische Nachhaltigkeitsstrategie formuliert als Leitziel 1 die Entwicklung eines »zukunftsfähigen Lebensstils«. Zur Erreichung dieses Ziels wird – politisch wohl am wenigsten heikel – vor allem auf Bildung, Sensibilisierung, Information und Wertewandel gesetzt (BMLFUW 2002). Informations- und Aufklärungsbemühungen sind dabei zwar notwendige, aber keineswegs hinreichende Voraussetzungen für eine Veränderung von Ernährungspraktiken. Konsumpraktiken sind multidimensional, das »Ergebnis« einer Vielzahl von persönlichen, sozialen und kontextuellen Einflussfaktoren. Wenn es um *Strategien und Maßnahmen für nachhaltigen Konsum* geht, muss diese Vielzahl von Einflussfaktoren berücksichtigt und an mehreren Stellschrauben gleichzeitig gedreht werden. Konsum hat »systemischen« Charakter, d. h. Konsummuster

sind sozial und kulturell eingebettet, mit technischen Systemen verkoppelt und in oft weltweit verflochtene Produktions- und Vermarktungssysteme involviert (Brand 2008). Das bedeutet, dass es *den* zentralen Hebel zur Veränderung von Konsumpraktiken *nicht* gibt. Veränderungen werden meist nur durch das Ineinandergreifen und die wechselseitige Stützung verschiedener Strategien und Instrumente erzielt. Es geht nicht nur darum, KonsumentInnen entsprechend aufzuklären, um ihnen informierte Entscheidungen zu ermöglichen oder über rechtliche oder ökonomische Regulierungen das Konsumhandeln in die gewünschte Richtung zu steuern, sondern auch darum, Einfluss auf das »System Konsum« zu nehmen, um Neuarrangements der Alltagspraktiken in Richtung Nachhaltigkeit gesellschaftlich auszuhandeln und zu erproben (Shove 2004).

Auf Ebene der Leitziele bietet die österreichische Nachhaltigkeitsstrategie viele Anknüpfungspunkte für ein gesellschaftliches Projekt »Nachhaltige Ernährung«. Allerdings ist in der bisherigen Umsetzung keine konsistente Strategie für nachhaltigen Konsum im Allgemeinen und eine nachhaltige Ernährung im Besonderen erkennbar. Viele Aktivitäten im Handlungsfeld Ernährung erscheinen wenig zusammenhängend. Auf Basis der Ergebnisse der Studie »Ernährungspraktiken und nachhaltige Entwicklung« (Brunner u. a. 2007) lassen sich folgende Maßnahmen als *Handlungsempfehlungen* ableiten, die größeren Gruppen von KonsumentInnen den Weg in Richtung nachhaltiger Ernährung erleichtern sollen (Astleithner/ Brunner 2007):

- einen breiten, gesellschaftlichen Verständigungsprozess über nachhaltigen Konsum bzw. nachhaltige Ernährung initiieren;
- Umweltkommunikation im Handlungsfeld Ernährung intensivieren (z. B. Ernährungsleitbilder nicht nur mit Gesundheitsförderung, sondern auch mit Umwelt- und Sozialverträglichkeit öffentlich in Verbindung bringen; vgl. Kap. 6.2.3);
- an den unterschiedlichen Motiven und Orientierungen der KonsumentInnen ansetzen und zielgruppenspezifische Anspracheformen entwickeln (vgl. Kap. 6.2.3);
- an biographischen Umbruchsituationen anknüpfen (wenn etwa Unternehmen umbruchspezifische Marketingmaßnahmen setzen und entsprechende nachhaltige Produkte entwerfen, z. B. für die Umbruchsituationen »Geburt von Kindern« oder »Übergang in den Ruhestand«; vgl. Kap. 6.1);
- Strategien zum Erwerb und zur Ausweitung von Ernährungskompetenzen entwickeln und umsetzen (Ernährungsbildung in Schulen ausweiten, neue ernährungskulturelle Bildungsangebote in der Erwachsenenbildung etablieren und promoten; vgl. Kap. 6.1);
- alle AkteurInnen des Ernährungssystems einbinden, Nachhaltigkeitsallianzen und -netzwerke bilden (durch die Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft können nachhaltigkeitsfördernde Strukturen geschaffen werden, die nachhaltigen Konsum erleichtern, z. B. durch öffentliche Vorbildwirkung);
- Außer-Haus-Essen nachhaltiger machen und nachhaltige Ernährung in öffentliche Institutionen bringen;
- Maßnahmen zu größerer Gender-Gerechtigkeit setzen, Männer als Zielgruppe in das Zentrum stellen (vgl. Kap. 6.1);

- eine politikfeldübergreifende, inter- und transdisziplinäre Ernährungsforschung fördern, nachhaltige Ernährung und nachhaltigen Konsum als gesellschaftlich erwünschtes Forschungsthema prominent machen.

Allerdings soll hier keinem Steuerungsoptimismus das Wort geredet werden. Aufgrund ihrer Komplexität und Multidimensionalität sind Konsumpraktiken nur bedingt steuerbar. Die empfohlenen Maßnahmen könnten jedoch Anstöße dazu liefern, dass nachhaltige Ernährung bei den KonsumentInnen eine größere Resonanz gewinnt und verstärkt Eingang in die alltäglichen Ernährungspraktiken findet. Nachhaltige Konsumentscheidungen können ihren Beitrag zur Entwicklung einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft leisten. Eine Umsteuerung des gesamten Ernährungssystems in Richtung Nachhaltigkeit setzt aber Umorientierungen in sämtlichen Politikfeldern, im Wirtschaftssystem und in der gesamten Gesellschaft voraus. Dazu reicht die viel beschworene Macht der KonsumentInnen nicht aus.

Literatur

- Astleithner, Florentina/ Brunner, Karl-Michael (2007) *Chancen und Restriktionen für nachhaltige Ernährung in Österreich. Ein Resümee*. In: Brunner, Karl-Michael u. a.: *Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit*. Wien/ New York, 209–221.
- Barlösius, Eva (1999) *Soziologie des Essens – Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung*. Weinheim/ München.
- Belz, Frank-Martin/ Bilharz, Michael (2008) *Nachhaltiger Konsum, geteilte Verantwortung und Verbraucherpolitik: Grundlagen*. In: Belz, Frank-Martin u. a. (Hg.) *Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert*. Marburg, 21–52.
- BMLFUW (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft) (2002) *Die österreichische Strategie für nachhaltige Entwicklung*. Wien.
- BMLFUW (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft) (2008) *Lebensmittelbericht Österreich 2008*. Wien.
- Brand, Karl-Werner (2008) *Konsum im Kontext. Der »verantwortliche Konsument« – ein Motor nachhaltigen Konsums?* In: Lange, Hellmuth (Hg.) *Nachhaltigkeit als radikaler Wandel. Die Quadratur des Kreises?* Wiesbaden, 71–93.
- Brand, Karl-Werner u. a. (2002) *Sozialwissenschaftliche Analysen zu Veränderungsmöglichkeiten nachhaltiger Konsummuster*. Berlin.
- Brand, Karl-Werner u. a. (2003) *Diffusion nachhaltiger Konsummuster*. München.
- Brunner, Karl-Michael (2005) *Konsumprozesse im alimentären Alltag: Die Herausforderung Nachhaltigkeit*. In: Brunner, Karl-Michael/ Schönberger, Gesa U. (HgInnen) *Nachhaltigkeit und Ernährung. Produktion – Handel – Konsum*. Frankfurt/ New York, 191–221.
- Brunner, Karl-Michael (2007) *Ernährungspraktiken und nachhaltige Entwicklung – eine Einführung*. In: Brunner, Karl-Michael u. a.: *Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit*. Wien/ New York, 1–38.
- Brunner, Karl-Michael u. a. (2006) *Wege zu nachhaltigen Ernährungsmustern. Zur Bedeutung biographischer Umbruchsituationen und Lebensmittelskandalen für den Bio-Konsum*. In: Brand, Karl-Werner (Hg.) *Die neue Dynamik des Bio-Markts*. München, 145–196.
- Brunner, Karl-Michael u. a. (2007) *Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit*. Wien/ New York.
- BUND/ Brot für die Welt (Hg.) (2008) *Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt*. Frankfurt a. M.
- Döcker, Ulrike u. a. (1994) *Fetter, Schwerer, Schneller, Mehr. Mythen und Fakten vom Essen und Trinken*. Wien.
- Douglas, Mary/ Isherwood, Baron (1979) *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. London.

- Fischer-Kowalski, Marina u. a. (1997) *Gesellschaftlicher Stoffwechsel und Kolonisierung von Natur. Ein Versuch in Sozialer Ökologie*. Amsterdam.
- Goodman, David/ Redclift, Michael (1991) *Refashioning Nature. Food, Ecology and Culture*. London/ New York.
- Gottwald, Franz-Theo/ Kolmer, Lothar (Hg.) (2005) *Speiserituelle. Essen, Trinken, Sakralität*. Stuttgart.
- Grunwald, Armin (2002) *Die Realisierung eines Nachhaltigen Konsums – Aufgabe der Konsumenten?* In: Scherhorn, Gerhard/ Weber, Christoph (Hg.) *Nachhaltiger Konsum. Auf dem Weg zur gesellschaftlichen Verankerung*. München, 433–442.
- Halweil, Brian/ Nierenberg, Danielle (2004) *Watching what We Eat*. In: Worldwatch Institute (ed.) *State of the World 2004*. New York/ London, 68–85.
- Hauff, Volker (Hg.) (1987) *Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung*. Grevén.
- Heiskanen, Eva/ Pantzar, Mika (1997) *Toward Sustainable Consumption: Two New Perspectives*. In: *Journal of Consumer Policy*, Nr. 4, 409–442.
- Huber, Joseph (1995) *Nachhaltige Entwicklung. Strategien für eine ökologische und soziale Erdpolitik*. Berlin.
- Jelenko, Marie (2007) *Geschlechtsspezifische Ernährungspraktiken*. In: Brunner, Karl-Michael u. a.: *Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit*. Wien/ New York, 83–96.
- Jörissen, Juliane u. a. (2000) *Synopse zur Umsetzung des Leitbildes der Nachhaltigkeit in konzeptionellen Studien und nationalen Plänen*. Leipzig/ Halle.
- Kaufmann, Jean-Claude (2006) *Kochende Leidenschaft. Soziologie vom Kochen und Essen*. Konstanz.
- Kemmer, Debbie et al. (1998) *The Marriage Menu: Life, Food and Diet in Transition*. In: Murcott, Anne (ed.) *The Nation's Diet. The Social Science of Food Choice*. London/ New York, 197–208.
- Klocke, Andreas (1995) *Der Einfluß sozialer Ungleichheit auf das Ernährungsverhalten im Kinder- und Jugendalter*. In: Barlösius, Eva u. a. (Hginnen) *Ernährung in der Armut*. Berlin, 185–203.
- Knaus, Anja/ Renn, Ortwin (1998) *Den Gipfel vor Augen. Unterwegs in eine nachhaltige Zukunft*. Marburg.
- Koerber, Karl von u. a. (2004) *Vollwert-Ernährung*. Stuttgart.
- Kropp, Cordula/ Brunner, Karl-Michael (2004) *Ökologisierungspotentiale der privaten Konsum- und Ernährungsmuster*. München/ Wien.
- Littig, Beate (1995) *Die Bedeutung von Umweltbewußtsein im Alltag oder: Was tun wir eigentlich, wenn wir umweltbewußt sind?* Frankfurt a. M. u. a.
- Lueger, Manfred (2000) *Grundlagen qualitativer Feldforschung. Methodologie, Organisation, Materialanalyse*. Wien.
- OECD (2001) *Sustainable Consumption: Sector Case Study Series. Household Food Consumption: Trends, Environmental Impacts and Policy Responses*. Paris.
- Redclift, Michael (1996) *Wasted. Counting the Costs of Global Consumption*. London.
- Schandl, Heinz (2000) *50 Jahre Umgang mit Natur. Die biophysischen Dimensionen von Modernisierung in Österreich*. In: Bruckmüller, Ernst/ Winiwarer, Verena (HgInnen) *Umweltgeschichte. Zum historischen Verhältnis von Gesellschaft und Natur*. Wien, 167–190.
- Scherhorn, Gerhard u. a. (1997) *Wege zu nachhaltigen Konsummustern. Überblick über den Stand der Forschung und vorrangige Forschungsthemen*. Marburg.
- Schneider, Norbert F. (2000) *Konsum und Gesellschaft*. In: Rosenkranz, Doris/ Schneider, Robert F. (HgInnen) *Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*. Opladen, 9–22.
- Shove, Elizabeth (2004) *Changing Human Behaviour and Lifestyle: A Challenge for Sustainable Consumption?* In: Reisch, Lucia A./ Roepke, Inge (eds.) *The Ecological Economics of Consumption*. Cheltenham/ Northampton, 111–131.
- Shove, Elizabeth/ Warde, Alan (2002) *Inconspicuous Consumption: The Sociology of Consumption, Lifestyles, and the Environment*. In: Dunlap, Riley et al. (eds.) *Sociological Theory and the Environment. Classical Foundations, Contemporary Insights*. Lanham et al., 230–251.
- Stephan, Petra (1999) *Umweltmedien und Umweltschäden*. In: Hauchler, Ingomar u. a. (Hg.) *Globale Trends 2000*. Frankfurt a. M., 295–317.

- Torjusen, Hanne et al. (2004) *European Consumers' Conceptions of Organic Food*. Oslo.
- Uusitalo, Liisa (1998) *Consumption in Postmodernity. Social Structuration and the Construction of the Self*. In: Bianchi, Marina (ed.) *The Active Consumer. Novelty and Surprise in Consumer Choice*. London/New York, 215–235.
- Warde, Alan (2002) *Social Mechanisms Generating Demand: a Review and Manifesto*. In: McMeekin, Andrew et al. (eds.) *Innovation by Demand. An Interdisciplinary Approach to the Study of Demand and its Role in Innovation*. Manchester/New York, 10–22.
- Weiss, Walpurga (2007) *Gesundheit*. In: Brunner, Karl-Michael u. a.: *Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit*. Wien/New York, 97–117.
- Wuppertal-Institut (2005) *Analyse vorhandener Konzepte zur Messung des nachhaltigen Konsums in Deutschland einschließlich der Grundzüge eines Entwicklungskonzepts*. Wuppertal.

Kontakt:

karl-michael.brunner@wu-wien.ac.at