

Report Lebensmittelkonsum: Warum wir nicht kaufen, was wir wollen

Bitte Sperrfrist beachten: 9.7.2024, 12:00 Uhr

Von A wie Aktionen bis T wie Tierwohl: In seinem neuen Report widmet sich der Verein Land schafft Leben den Kaufgewohnheiten der Österreicher*innen und deren Auswirkungen.

Rund eineinhalb Tonnen Lebensmittel essen und trinken die Österreicherinnen und Österreicher durchschnittlich pro Kopf und Jahr. Eine ganze Menge also, die zunächst einmal gekauft werden muss, schließlich produziert kaum jemand seine Lebensmittel selbst. Worauf wir beim Einkauf achten, wie oft wir zu Bio greifen, warum Österreich das Land der Aktionen ist und vielen weiteren Aspekten rund um unseren Lebensmittelkonsum hat sich Land schafft Leben [in seinem neuen Report](#) gewidmet. Unter anderem mit dem Ergebnis: Unser Kaufverhalten passt in vielerlei Hinsicht nicht mit dem zusammen, was wir uns als Gesellschaft von der Lebensmittelproduktion wünschen.

Herkunfts- und Haltungskennzeichnung als notwendige Entscheidungshilfe

„Genau vor diesem Dilemma stehen wir aktuell in der Diskussion rund um die Schweinehaltung. Denn gerade bei Fleisch haben wir oft sehr hohe Ansprüche an die Produktion, kaufen dann aber das Billigste“, nennt **Maria Fanninger**, Gründerin des Vereins Land schafft Leben, ein Beispiel für das widersprüchliche Konsumverhalten der Österreicherinnen und Österreicher. Und sagt weiter:

„Die Standards in der Produktion zu heben, ist erst der halbe Weg zum Ziel. Sie müssen dann auch gehalten werden. Und das können nur wir Konsumentinnen und Konsumenten tun – mit unserem täglichen Einkauf. Deshalb braucht es eine verpflichtende Herkunfts- und Haltungskennzeichnung, und zwar im Lebensmittelhandel genauso wie in der Gastronomie und in der Gemeinschaftsverpflegung. Nur so können die Menschen auf einen Blick erkennen, warum sie plötzlich mehr für Schweinefleisch bezahlen sollen. Und können mit ihrem Einkauf die hochwertige Produktion auch wirklich fördern, anstatt sie sich nur zu wünschen.“

Was uns beim Lebensmittelkauf (wirklich) wichtig ist

Die Lücke zwischen dem, was wir als Gesellschaft fordern, und dem, was wir mit unserem Einkauf fördern, lässt sich auch in Zahlen abbilden. So gaben in einer RollAMA-Befragung kürzlich 48 Prozent der Befragten – also beinahe jede zweite befragte Person – an, dass ihnen Tierwohl wichtig sei. Die wenigsten davon greifen dann aber auch zu den entsprechenden Lebensmitteln. Beim Schwein etwa liegt der Bio- und Tierwohl-Anteil bei nur sieben Prozent. **Hannes Royer**, Gründer des Vereins Land schafft Leben, sagt dazu:

„Die Ergebnisse unserer Recherche bestätigen vor allem eines: Dass uns gar nicht bewusst ist, wie viel Macht wir mit unserem Einkaufsverhalten eigentlich haben. Ein Beispiel: Jahrelang mussten Edelteile wie Schweinemedallions in großen Mengen nach Österreich importiert werden, weil die Nachfrage so groß war. Aktuell hingegen werden die Edelteile österreichischer Schweine teilweise sogar faschiert, weil sie nicht nachgefragt werden. Das zeigt, welchen Einfluss unser Kaufverhalten auf die Lebensmittelproduktion hat. Wir haben hier als Konsumentinnen und Konsumenten eine große Verantwortung. Und die sollten wir unbedingt nutzen.“

Land der Berge, Land der Aktionen

Aktionen spielen beim Fleischkauf ebenfalls eine große Rolle. 2023 lag der Aktionsanteil von Fleisch bei 44 Prozent. Dort finden sich auch besonders häufig sogenannte „Rabattmarkerl“, die die Konsumentinnen und Konsumenten auf ein Produkt ihrer Wahl kleben können.

In Österreich ist der Aktionsanteil mit durchschnittlich 30 bis 40 Prozent Aktionsware im Lebensmitteleinzelhandel generell sehr hoch. Nur in Tschechien ist dieser noch höher. Die Aktionsanteile unterscheiden sich je nach Warengruppe. Höher als beim Fleisch ist dieser nur beim Bier: Laut Schätzungen werden in Österreich etwa 70 Prozent des Bieres in Aktion verkauft, Tendenz steigend. Bei Großereignissen wie aktuell der Fußball-Europameisterschaft liegt der Anteil noch höher.

Geschmack als wichtigstes Kaufkriterium

Der Report befasst sich auch mit vielen weiteren Kaufkriterien. Aktuell am wichtigsten ist den Konsumentinnen und Konsumenten der Geschmack des Lebensmittels, gefolgt von seiner Herkunft und seinem Preis. Außerdem spielen der Nährwert und die Lebensmittelsicherheit eine Rolle. Weitere Kaufkriterien sind die Auswirkungen des Lebensmittels auf Umwelt und Klima sowie persönliche Überzeugungen.

Alles zum Thema Lebensmittelkonsum in Österreich

Im neuen Report des Vereins Land schafft Leben finden Interessierte umfangreiche Informationen zum Thema Lebensmittelkonsum in Österreich. Der Report ist das Ergebnis einer ausführlichen Literaturrecherche und zahlreicher Gespräche mit Fachexpertinnen und -experten. Auf über 70 Seiten und 54 Grafiken findet man alles rund um die Verfügbarkeit, den Verbrauch und den Preis von Lebensmitteln, über Kaufkriterien von Aktionen bis Tierwohl, über Konsumpsychologie, bewussten Konsum und vieles mehr.

Hier geht es zum gesamten Report [„Lebensmittelkonsum in Österreich“](#).

Für Rückfragen oder ein Interview stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Carmen Brüggl, Kommunikation
Land schafft Leben
8970 Schladming | Erzherzog-Johann-Straße 248b
1010 Wien | Schwarzenbergstraße 8/1
T: 01 89 06 458
presse@landschafttleben.at

Bildmaterial

- Bild: Hannes Royer und Maria Fanninger haben den neuen Land schafft Leben-Report „Lebensmittelkonsum in Österreich“ präsentiert; © Land schafft Leben
- Grafik 1: Diese Lebensmittel werden besonders gerne in Aktion gekauft; © Land schafft Leben
- Grafik 2: So häufig greifen wir bei verschiedenen Lebensmitteln zu Bio; © Land schafft Leben

Weiterführende Links für Ihre Recherche:

- [Zum Report „Lebensmittelkonsum in Österreich“](#)

Kurzinfo Land schafft Leben

„Den Menschen fehlt der Bezug zu Lebensmitteln, sie treffen ihre Konsumententscheidungen hauptsächlich über den Preis.“ Es war dieses Erkenntnis, das den Bio-Bergbauern **Hannes Royer** und die Unternehmerin **Maria Fanninger** 2014 dazu veranlasst hat, zusammen mit Mario Hütter den gemeinnützigen Verein **Land schafft Leben** zu gründen und 2016 schließlich der Öffentlichkeit zu präsentieren. Transparent und unabhängig klären sie seither zusammen mit ihrem Team über österreichische Lebensmittel und deren Produktion auf und schaffen Bewusstsein für die ökologischen und gesundheitlichen Auswirkungen unseres Lebensmittelkonsums. Dazu beleuchtet der Verein die gesamte Wertschöpfungskette von der Landwirtschaft über die Verarbeitungsbetriebe bis in die Gastronomie und den Handel. Die Ergebnisse der wissenschaftlich fundierten Recherchen werden in Form von Bild, Text und Video aufbereitet und sind frei unter www.landschaftleben.at zugänglich. Die beiden Gründer*innen Hannes Royer und Maria Fanninger stehen mit ihrem Verein **Land schafft Leben** für Konsument*innen ebenso wie Medienvertreter*innen als erste Ansprechpartner zu vielfältigen Themen aus der Lebensmittelwelt zur Verfügung. Auch über zahlreiche Social-Media-Kanäle, einen Newsletter und Vorträge bekommen Konsument*innen realistische Bilder, die unsere Lebensmittelproduktion weder skandalisieren, noch beschönigen. Ein besonders wichtiges Sprachrohr ist der mehrfach prämierte Podcast „Wer nichts weiß, muss alles essen“, mit dem der Verein 2023 den Ö3-Podcast-Award gewinnen konnte. **Land schafft Leben** finanziert sich über vier Säulen: Aktuell unterstützen über 60 Förderer den Verein, darunter Verarbeiter, Erzeugergemeinschaften und Vertreter des Lebensmittelhandels; zudem erhält **Land schafft Leben** seit dem Jahr 2021 eine öffentliche Förderung; weiters nimmt der Verein Gelder über Vortragstätigkeiten ein und wird von privaten Spender*innen unterstützt.