



# Schlussbericht zum Thema

Einflussfaktoren auf die Wahl von  
ökologischen Fleischgerichten in  
der Betriebsverpflegung

FKZ: 2818OE076, 2818OE132

Projektnehmer: Universität Kassel,  
Forschungsinstitut für biologischen  
Landbau Deutschland

Gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung  
und Landwirtschaft auf Grund eines Beschlusses des  
Deutschen Bundestages im Rahmen des  
Bundesprogramms Ökologischer Landbau.

Das Bundesprogramm Ökologischer Landbau Landwirtschaft (BÖL) hat sich zum Ziel gesetzt, die Rahmenbedingungen für die ökologische und nachhaltige Land- und Lebensmittelwirtschaft in Deutschland zu verbessern. Es wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) finanziert und in der BÖL-Geschäftsstelle in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) in Bonn in die Praxis umgesetzt. Das Programm untergliedert sich in zwei ineinandergreifende Aktionsfelder, den Forschungs- und den Informationsbereich.

Detaillierte Informationen und aktuelle Entwicklungen finden Sie unter [www.bundesprogramm.de](http://www.bundesprogramm.de)

**Wenn Sie weitere Fragen haben, wenden Sie sich bitte an:**

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung  
Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau  
Deichmanns Aue 29  
53179 Bonn  
Tel: 0228-6845-3280  
E-Mail: [boel@ble.de](mailto:boel@ble.de)

## Abschlussbericht

---

### Zuwendungsempfänger

Universität Kassel  
Fachgebiet Agrar- und  
Lebensmittelmarketing  
Steinstraße 19  
37213 Witzenhausen  
Förderkennzeichen 2818OE076

FiBL Deutschland e.V.  
Forschungsinstitut für biologischen  
Landbau  
Kasseler Straße 1a  
60486 Frankfurt am Main  
Förderkennzeichen 2818OE132

---

### Vorhabenbezeichnung

„Einflussfaktoren auf die Wahl von ökologischen Fleischgerichten in der Betriebsverpflegung (ÖkoMenü)“

---

### Laufzeit des Vorhabens

01.01.2020 – 31.08.2023

---

### Berichtszeitraum

01.01.2020 – 31.08.2023

---

### Autor\*innen

Andreas Möstl, M.Sc.<sup>1</sup>, Anja Erhart, Dipl. oec. troph., M.Sc.<sup>2</sup>, Prof. Dr. Katrin Zander<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universität Kassel, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing

<sup>2</sup> FiBL Deutschland e.V.

---

### Hinweis

Das diesem Bericht zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autor\*innen.

Gefördert durch



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

---

Witzenhausen, 31.08.2023

## Kurzfassung

**Titel:** Einflussfaktoren auf die Wahl von ökologischen Fleischgerichten in der Betriebsverpflegung (ÖkoMenü)

**Autor\*innen:** Andreas Möstl<sup>1</sup>, Anja Erhart<sup>2</sup>, Katrin Zander<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universität Kassel, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing, Steinstraße 19, 37213 Witzenhausen, Kontakt: a.moestl@uni-kassel.de und k.zander@uni-kassel.de

<sup>2</sup> Forschungsinstitut für biologischen Landbau Deutschland e.V., Kasseler Straße 1a, 60486 Frankfurt am Main, Kontakt: anja.erhart@fibl.org

Ziel des Vorhabens war es, am Beispiel Betriebsgastronomie den Entscheidungsprozess von Verbraucher\*innen bei der Wahl von Öko-Fleischgerichten in der Außer-Haus-Verpflegung zu untersuchen und dabei insbesondere die Wirkung von Informationen zu den Produkteigenschaften Öko und Tierwohl zu testen. Hierzu wurden mehrere Erhebungen durchgeführt und es wurden Empfehlungen für die Kommunikation von Öko-Fleischgerichten in der Betriebsverpflegung abgeleitet. In einer Studie mit der Methode Lautes Denken konnten verschiedene Typen an Kantinengästen identifiziert werden, die Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung unterschiedlich beurteilten. Während es bei den Öko-Überzeugten vor allem darum geht, sie auf das entsprechende Öko-Angebot hinzuweisen, z.B. mittels deutlich sichtbarer Öko-Auslobung in der Kantine, sollten den Öko-Zugeneigten sowie den Öko-Abgeneigten zusätzliche transparenz- und vertrauensbildende Informationen bereitgestellt werden. Das Bio-Siegel stellte ein geeignetes Erkennungszeichen für Öko-Fleisch in der Kantine dar, war aber auch nicht allen Versuchspersonen bekannt. Positiv herausgestellt wurden u.a. die Haltung der Tiere auf natürlichen Materialien, die Gewährung von Auslauf im Freien sowie ausreichend Platz für die Tiere. Realistische Bilder können geeignet sein, um Öko-Tierhaltung zu kommunizieren, können aber auch Ablehnung hervorrufen, wenn sie in einem direkten Zusammenhang mit der Menüwahl gezeigt werden. Ein Choice-Experiment gab Aufschluss über die Präferenzstruktur von Kantinengästen in Bezug auf unterschiedliche Merkmale von Mittagsgerichten. Das Gericht und der Preis hatten mit Abstand den größten Einfluss auf die Menüentscheidung. Das Bio-Siegel und das Tierschutz-Label waren im Verhältnis von deutlich geringerer Bedeutung, hatten aber dennoch einen signifikanten Einfluss auf die Wahlwahrscheinlichkeit. In einem Verkaufstest und einer Gästebefragung in einer Testkantine zeigte sich, dass der Einsatz von Öko-Fleisch praktisch umsetzbar war und von den Gästen überwiegend befürwortet wurde.

## Abstract

**Title:** Determinants of the choice of organic meat dishes in business canteens

**Authors:** Andreas Möstl<sup>1</sup>, Anja Erhart<sup>2</sup>, Katrin Zander<sup>1</sup>

<sup>1</sup> University of Kassel, Department of Agricultural and Food Marketing, Steinstraße 19, 37213 Witzenhausen, Germany, contact: a.moestl@uni-kassel.de; k.zander@uni-kassel.de

<sup>2</sup> Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Kasseler Straße 1a, 60486 Frankfurt am Main, Germany, contact: anja.erhart@fibl.org

The aim of the project was to investigate the choice behaviour of guests in business canteens regarding organic meat dishes. Special attention was given to the effect that information on the attributes “organic” and “animal welfare” had on the choice of the dishes. Several investigations were conducted and recommendations on how to communicate organic meat dishes in business canteens were developed. Using Think Aloud Protocols, different types of canteen guests were identified which differed in their judgement and appreciation of information on organic pig and chicken husbandry. While for the “convinced organic” guests, it is particularly important to indicate the organic offer, e.g., by a clearly visible organic labelling in the canteen, additional transparency and trust building information should be provided for the “attached to organic” and the “organic averse” guests. The German “Bio-Siegel” label demonstrated to be an appropriate label for organic meat in the canteen, nevertheless it was not known to all test persons. Among other things, test persons evaluated the husbandry of the animals on natural materials, the outdoor access, and enough space for the animals positively. Realistic photos are helpful to communicate organic animal husbandry, but they can also lead to refusal when presented in a direct context with a meal choice. A choice experiment gave insights into the preference structure of canteen guests regarding different attributes of dishes. The dish itself and the price had by far the biggest influence on the meal choice. The organic and the animal welfare label were much less important, however, they had a significant influence on the probability of choice. A field test and a guest survey in a test canteen showed that the use of organic meat was feasible and was generally supported by the guests.

## Autorenübersicht

<b>Autor*in</b>	<b>Kapitel</b>
Andreas Möstl	1, 2.1, 2.3, 3, 4, 5.2, 5.3, 7, 8, 9
Katrin Zander	1, 2.1, 2.3, 3, 4, 5.2, 5.3, 7, 8, 9
Anja Erhart	2.2, 5.1, 5.4, 7, 8

## **Danksagung**

Ein herzliches Dankeschön geht an Thies Hill-Bothmann vom Betriebsrestaurant der DZ HYP Hamburg, der das Projekt mit großem Engagement und fachlichem Input unterstützt hat. Wir danken allen Verantwortlichen der beiden Betriebsrestaurants, die es ermöglicht haben, die Datenerhebungen mit Gästen ihrer Kantinen durchzuführen. Bedanken möchten wir uns auch bei allen Kantinengästen, die an den Studien teilgenommen haben. Herzlich danken möchten wir zudem Associate Professor Dr. Meike Janssen für ihre fachliche Unterstützung bei der Konzeptionierung und Auswertung des Choice-Experiments. Ein besonderer Dank richtet sich auch an die Kolleginnen und Kollegen des Fachgebiets Agrar- und Lebensmittelmarketing, die Studiendesigns und Datenauswertungen durch ihre konstruktiven Anmerkungen bereichert haben. Nicht zuletzt danken wir auch unserer studentischen Mitarbeiterin Katrin Kumschier für ihre Mithilfe bei der Transkription und Kodierung der Denke-Laut-Protokolle sowie unserem studentischen Mitarbeiter Tobias Eisert für seine Unterstützung bei der Verteilung der Informationsmaterialien sowie bei der Durchführung der Gästebefragung in Hamburg.

## Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung .....	II
Abstract .....	III
Autorenübersicht .....	IV
Danksagung .....	V
Abbildungsverzeichnis .....	IX
Tabellenverzeichnis .....	X
Abkürzungsverzeichnis .....	XI
1 Einführung .....	1
1.1 Gegenstand des Vorhabens .....	1
1.2 Ziele und Aufgabenstellung .....	2
1.3 Planung und Ablauf .....	3
2 Stand des Wissens .....	4
2.1 Übersicht über die Betriebsgastronomie in Deutschland .....	4
2.2 Informationskampagnen in der Außer-Haus-Verpflegung .....	6
2.3 Beurteilung von ökologischer und artgerechter Tierhaltung durch Kantinengäste .....	7
2.3.1 Isolierte Erhebung .....	7
2.3.2 Erhebung im Zusammenspiel mit weiteren Faktoren .....	8
2.3.3 Gäste-Segmente .....	10
2.3.4 Bestimmungsfaktoren .....	12
2.3.5 Forschungslücken .....	13
3 Denke-Laut-Protokolle .....	14
3.1 Ziel und Fragestellungen .....	14
3.2 Methodische Vorgehensweise .....	14
3.2.1 Methode Lautes Denken .....	14
3.2.2 Vorstellung der Betriebskantinen und Rekrutierung der jeweiligen Versuchspersonen .....	15
3.2.3 Aufbau und Ablauf der Untersuchung .....	19
3.2.4 Datenauswertung .....	28
3.3 Ergebnisse .....	33
3.3.1 Charakteristika der Versuchspersonen .....	33
3.3.2 Kategorienhäufigkeiten .....	34
3.3.3 Beurteilung der Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung .....	39
3.3.3.1 Vorbemerkung .....	39
3.3.3.2 Öko-Auslobung .....	39
3.3.3.3 Informationen in Textform .....	42
3.3.3.4 Informationen in Bildform .....	52



3.3.3.5	Informationen in Zitatform.....	57
3.3.4	Informationsbedürfnis und Menüwahl.....	61
3.3.5	Beurteilungstypen .....	63
3.4	Diskussion und Schlussfolgerungen.....	66
3.4.1	Beurteilung der Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung .....	66
3.4.2	Nützlichkeit der Informationen bei der Menüwahl in der Betriebskantine .....	68
3.4.3	Typen von Kantinengästen in Bezug auf die Beurteilung der Haltungsinformationen .....	69
3.4.4	Empfehlungen für die Kommunikation von ökologischer Schweine- und Hähnchenhaltung in der Betriebsgastronomie.....	70
3.4.5	Güte der Denke-Laut-Protokolle.....	71
4	Gästabefragung mit Choice-Experiment.....	74
4.1	Ziel und Fragestellungen.....	74
4.2	Material und Methoden.....	74
4.2.1	Stichprobenauswahl.....	74
4.2.2	Choice-Experiment.....	74
4.2.2.1	Design .....	74
4.2.2.2	Auswertung .....	80
4.2.3	Strukturiertes Interview.....	82
4.3	Ergebnisse .....	82
4.3.1	Beschreibung der Stichprobe .....	82
4.3.2	Präferenzstruktur der Kantinennutzenden .....	89
4.4	Diskussion und Schlussfolgerungen.....	93
5	Praxistest .....	95
5.1	Zielsetzung, Planung und Durchführung.....	95
5.2	Verkaufstest in der Testkantine Hamburg.....	96
5.2.1	Ziel und Fragestellungen.....	96
5.2.2	Material und Methoden.....	97
5.2.3	Ergebnisse .....	98
5.2.4	Diskussion und Schlussfolgerungen.....	101
5.3	Gästabefragung in der Testkantine Hamburg.....	102
5.3.1	Ziel und Fragestellungen.....	102
5.3.2	Material und Methoden.....	102
5.3.3	Ergebnisse .....	102
5.3.4	Diskussion und Schlussfolgerungen.....	106
5.4	Befragung von Kantinenverantwortlichen .....	107
6	Änderungen durch die neue Bio-AHV-Verordnung (Bio-AHV).....	109
7	Nutzen und Verwertbarkeit der Ergebnisse .....	109

8	Zielerreichung und weiterführende Fragestellungen .....	109
9	Zusammenfassung.....	110
10	Literaturverzeichnis .....	113
11	Übersicht über im Rahmen des Projekts realisierte Veröffentlichungen.....	121
12	Anhang.....	122

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock A .....	25
Abbildung 2: Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock B .....	25
Abbildung 3: Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock C mit dem Bild „Bio-Mastschweine im Auslauf“ .....	26
Abbildung 4: Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock C mit dem Bild „Bio-Masthähnchen im Auslauf“ .....	26
Abbildung 5: Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock D .....	27
Abbildung 6: Anzahl an VPn, die die jeweilige Menü-Information entschlüsselt oder beurteilt haben .....	35
Abbildung 7: Anzahl an VPn, die die jeweilige Haltungsinformation in Textform (Aufgabenblock B) entschlüsselt oder beurteilt haben .....	36
Abbildung 8: Anzahl an VPn, die die jeweilige Haltungsinformation in Zitatform (Aufgabenblock D) entschlüsselt oder beurteilt haben .....	37
Abbildung 9: Anzahl an VPn, die ein Schema verbalisiert haben .....	38
Abbildung 10: Beispielhaftes Choice Set für Speiseplan 1 .....	79
Abbildung 11: Vorhandensein des Bio-Siegels in der Betriebskantine .....	85
Abbildung 12: Durchschnittlich gezahlter Preis für ein Mittagsgeschicht in der Betriebskantine .....	86
Abbildung 13: Einstellungen zur Tierhaltung .....	87
Abbildung 14: Vertrauen in Öko-Lebensmittel .....	88
Abbildung 15: Hintergrundinformationen zu Tierwohl-Fleisch in der Betriebskantine .....	89
Abbildung 16: Wahlhäufigkeiten der Alternativen auf Speiseplan 1 und Speiseplan 2 .....	90
Abbildung 17: Importance Weights für Speiseplan 1 und Speiseplan 2 .....	91
Abbildung 18: Kennzeichnung der Öko-Fleischkomponente auf dem Speiseplan .....	96
Abbildung 19: Prozentuale Anteile des Gerichts mit Öko-Fleisch an den ausgegebenen Gesamtessen an Tagen mit drei parallel angebotenen Gerichten .....	99
Abbildung 20: Abweichung der tatsächlich ausgegebenen Anzahl an Gerichten von der statistisch erwartbaren Anzahl an Gerichten in den Angebotszeiträumen „vor Covid19“, „während Covid19“ und „Öko-Aktion“ .....	101
Abbildung 21: Wahlhäufigkeit eines Fleischgerichts im DZ HYP-Betriebsrestaurant .....	103
Abbildung 22: Wahl des Gerichts mit Öko-Fleisch .....	104
Abbildung 23: Einstellungen gegenüber Öko .....	105
Abbildung 24: Mehrzahlungsbereitschaft für ein Öko-Essen (Fleisch oder vegetarisch/vegan) nach Unternehmenszugehörigkeit .....	105
Abbildung 25: Mehrzahlungsbereitschaft für ein Öko-Essen (Fleisch oder vegetarisch/vegan) nach Geschlechterzugehörigkeit .....	106

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Zusammensetzung der Stichprobe nach Altersgruppe, Geschlecht und Kantinenzugehörigkeit .....	18
Tabelle 2:	Zusammensetzung der Abbildungen .....	23
Tabelle 3:	Formulierung der Haltungsinformationen in Aufgabenblock B.....	24
Tabelle 4:	Formulierung der Haltungsinformationen in Aufgabenblock D .....	24
Tabelle 5:	Definition und Ankerbeispiele der Prozesskategorien .....	30
Tabelle 6:	Definition und Ankerbeispiele der Schemakategorien.....	31
Tabelle 7:	Intercoderreliabilität für die jeweilige Ebene des Kategoriensystems .....	32
Tabelle 8:	Schreibweisen und Symbole in Zitaten .....	39
Tabelle 9:	Attribute und Attributausprägungen im Choice-Experiment.....	78
Tabelle 10:	Soziodemographische Merkmale der Stichprobe.....	83
Tabelle 11:	ML-Modelle für Speiseplan 1 und Speiseplan 2.....	92
Tabelle 12:	Aktionstage, -gerichte und Maßnahmen in der Testkantine Hamburg.....	98
Tabelle 13:	Zusammensetzung der befragten Gäste.....	103

## Abkürzungsverzeichnis

BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
Destatis	Statistisches Bundesamt
VL, VLs	Versuchsleiter/Versuchsleitung, Versuchsleiters
VP, VPn	Versuchsperson, Versuchspersonen
WBA	Wissenschaftlicher Beirat Agrarpolitik beim BMEL

# 1 Einführung

## 1.1 Gegenstand des Vorhabens

Tierschutzverstöße, Antibiotikamissbrauch, BSE und andere Vorfälle haben zu Misstrauen gegenüber dem Tierhaltungssektor in Deutschland geführt und das öffentliche Interesse auf Missstände in der Tierhaltung gelenkt (WBA 2015, S. 62). Auch in der ökologischen Tierhaltung wurden in der Vergangenheit Missstände publik, beispielsweise Überschreitungen der vorgegebenen Besatzdichten in Legehennenbetrieben (Looden 2013) oder die Verfütterung von verunreinigten Futtermitteln an Öko-Hennen (Dambeck 2014). Vorfälle wie die Ablehnung eines Öko-Schweinestalls durch die örtliche Bevölkerung deuten auf einen Vertrauensverlust auch in der ökologischen Tierhaltung hin (TopAgrar 2018). Verbrauchervertrauen ist jedoch ein wichtiger Faktor bei der Wahl von Lebensmitteln (Coveney et al. 2012, S. 202). Bei den Produktmerkmalen Öko und Tierwohl ist Vertrauen von besonderer Bedeutung, da es sich bei diesen um Eigenschaften handelt, die weder zum Kaufzeitpunkt noch danach überprüft werden können (Roe & Sheldon 2007, S. 1020). Tierwohlbedenken begünstigen darüber hinaus den Kauf von Öko-Lebensmitteln (van Doorn & Verhoef 2015, S. 436ff), und die Art des Haltungsverfahrens stellt auch für Öko-Käufer eine wichtige Information bei der Kaufentscheidung dar (Korn & Hamm 2014, S. 43ff; Marian & Thøgersen 2013, S. 106ff; García-Torres et al. 2016, S. 114ff). Auch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hebt in seiner Zukunftsstrategie Ökologischer Landbau die Bedeutung von Vertrauen für die weitere Entwicklung des Öko-Markts hervor (BMEL 2019, S. 34).

Information und Transparenz über die Produktionsbedingungen tragen dazu bei, dass Vertrauen aufgebaut werden kann (Kriege-Steffen 2015, S. 40). Labels stellen eine Möglichkeit dar, Informationen zu transportieren und Transparenz zu signalisieren (Price, Hartwell et al. 2016, S. 172). Im Bereich des privaten Konsums wird derzeit versucht, dem Informationsbedürfnis der Verbraucher\*innen mit Kommunikationsmaßnahmen wie dem „Haltungsform“-Logo des Lebensmitteleinzelhandels oder dem Haltungslabel des BMEL nachzukommen. In der Außer-Haus- und insbesondere in der Betriebsverpflegung werden den Verbraucher\*innen trotz steigendem Transparenzbedürfnis jedoch nur selten Informationen über die Produktionsbedingungen bereitgestellt (Price, Hartwell et al. 2016, S. 173). Gleichwohl sind Außer-Haus-Markt und Betriebsgastronomie bedeutende Absatzmärkte. So werden rund ein Drittel der gesamten Lebensmittelausgaben im Außer-Haus-Markt getätigt (Roehl 2015, S. 72). Knapp ein Viertel (22,7 %) der Besuche in der Außer-Haus-Verpflegung entfielen im Jahr 2013 auf den Bereich Arbeitsplatzverpflegung (Roehl 2015, S. 73). Der Öko-Anteil im Außer-Haus-Markt wird jedoch auf niedrigen einstelligen Prozentwert geschätzt (Deutscher Bundestag 2023). Für den ökologischen Landbau besteht im Außer-Haus-Markt daher „ein erhebliches und bisher nur ansatzweise erschlossenes Absatzpotenzial“ (BMEL 2019, S. 33).

Ziel des Vorhabens ist es, den Entscheidungsprozess bei der Wahl von Öko-Fleischgerichten in der Betriebsverpflegung zu untersuchen und dabei besonders die Wirkung von Informationen zu den Produkteigenschaften Öko und Tierwohl zu testen. Im Ergebnis sollen Einflussfaktoren auf die Wahl von Öko-Fleischgerichten in der Betriebsverpflegung ermittelt und

Empfehlungen für die Kommunikation dieser Gerichte in Betriebskantinen abgeleitet werden. Mit der verbrauchergerechten Kommunikation der Aspekte Öko und Tierwohl in der Betriebsgastronomie soll ein Ansatz bereitgestellt werden, mit dem das Vertrauen in die ökologische Produktion gestärkt und das bestehende Absatzpotential weiter erschlossen werden kann. Da Fleisch – und insbesondere Öko-Fleisch – aus Sicht von Kantinen einen erheblichen Kostenfaktor für das Essensangebot darstellt, ist es für sie umso wichtiger zu wissen, ob und wie stark diese Essenskomponente von ihren Gästen geschätzt wird.

## 1.2 Ziele und Aufgabenstellung

Im Rahmen des Vorhabens sollen folgende Fragestellungen untersucht werden:

1. Welche Faktoren beeinflussen die Wahl von Öko-Fleischgerichten in Betriebskantinen?
2. Wie beeinflusst die gemeinsame Anwendung umweltbedingter, sozialer und persönlicher Faktoren die Wahl von Öko-Fleischgerichten in Betriebskantinen?
3. Wie werden Informationen über die Tierhaltung bei der Menüwahl wahrgenommen?
4. Wie wirken sich die Informationen über die Tierhaltung auf das Wahlverhalten aus?
5. Welche Gästesegmente können hinsichtlich des Wahlverhaltens unterschieden werden?
6. Welche Unterschiede gibt es zwischen angegebenen und offenbarten Präferenzen?
7. Welche Herausforderungen und Lösungsansätze ergeben sich am Beispiel der Testkantinen bei der Einbindung von ökologischen Fleischgerichten in den Menüplan (Logistik, Beschaffung, Kostenkalkulation, Arbeitsabläufe)?
8. Welche Empfehlungen können für die Kommunikation von Öko-Fleischgerichten in Betriebskantinen abgeleitet werden?

Das Vorhaben bezieht sich auf folgende Ziele der BÖLN-Förderrichtlinie vom 04.04.2016:

- Weiterentwicklung von Methoden zur Identifizierung von ökologisch erzeugten Produkten auf der Endverbraucherstufe
- Markt- und Verbraucheranalysen, insbesondere die Verbesserung der Informationslage zum Verbraucherverhalten

Das Vorhaben bezieht sich auf folgende Ziele der Bekanntmachung Nr. 04/18/31 vom 15.05.2018:

- Analyse von Verbraucherverhalten und Verbrauchervertrauen, Transfer von Vertrauenseigenschaften und Stärkung von Verbrauchervertrauen auf allen Stufen der Öko-Lebensmittelwertschöpfungskette, vom landwirtschaftlichen Betrieb bis zur Ladentheke, einschließlich der Herausarbeitung besonders wichtiger Konzepte bzw. Indikatoren für die Vertrauensbildung
- Untersuchung und Weiterentwicklung unterschiedlicher Konzepte zum Transfer von Vertrauenseigenschaften, wie etwa Labelling, indikatorgestützte Zertifizierungssysteme, Herkunftsnachweise (auch in Kombination) und deren effiziente Kommunikation für das Marktsegment Fleisch- und Wurstwaren

- Untersuchung, wie die verschiedenen Konzepte zum Transfer von Vertrauenseigenschaften zu beurteilen sind und welche Ausgestaltungs- und Kombinationsmöglichkeiten existieren
- Optimierung vorhandener Strategien und Entwicklung neuer Ansätze unter der Voraussetzung, dass die Grundsätze des ökologischen Landbaus gewahrt bleiben und das Verbrauchervertrauen weiter gestärkt wird
- Untersuchung der gesellschaftlichen Akzeptanz ökologischer Tierhaltungssysteme

### **1.3 Planung und Ablauf**

Das Projekt war in mehrere Arbeitspakete unterteilt. In Arbeitspaket (AP) 1 wurde mittels einer Literaturrecherche und eines Expertengesprächs zunächst ein Überblick über den Sektor der Betriebsgastronomie in Deutschland erlangt. Zum anderen wurden Betriebskantinen akquiriert, die Interesse daran hatten, Öko-Fleisch einzusetzen und an den begleitenden Erhebungen des Projekts teilzunehmen. Darüber hinaus wurde die Praxisphase, in der Öko-Fleisch in einer Testkantine eingesetzt wurde, organisiert, betreut und evaluiert. In AP 2 wurde untersucht, wie Gäste aus Betriebskantinen Gerichte mit Öko-Fleisch beurteilen und wie Eigenschaften der Öko-Tierhaltung erfolgreich an Kantinengäste kommuniziert werden können. Hierzu wurden eine qualitative Erhebung mit der Methode Lautes Denken und eine quantitative Gästebefragung mit einem Choice-Experiment durchgeführt. Um zu ermitteln, inwieweit der Einsatz von Öko-Fleisch in den Kantinen umsetzbar ist und inwieweit die Gerichte mit Öko-Fleisch von den Gästen angenommen werden, wurde ein Verkaufstest durchgeführt (AP 3). Zur Evaluation des Verkaufstests wurden Kantinengäste und Kantinenverantwortliche befragt. Auf Basis der Projektergebnisse wurden Empfehlungen für das Angebot und die Kommunikation von Öko-Fleischgerichten in der Betriebsgastronomie abgeleitet (AP 4). Ergebnisse und Empfehlungen werden in Beiträgen für Wissenschaft und Praxis aufbereitet (AP 5).



## 2 Stand des Wissens

### 2.1 Übersicht über die Betriebsgastronomie in Deutschland

Um einen Überblick über den Sektor der Betriebsgastronomie in Deutschland zu erhalten, wurden eine Literaturrecherche sowie am 04.02.2020 ein Expertengespräch mit einer Redakteurin der Fachzeitschrift *gvpraxis* durchgeführt.

Der Markt für Gemeinschaftsgastronomie in Deutschland kann in die Bereiche Business (Betriebsverpflegung), Care (Verpflegung in Kliniken und Heimen) und Education (Verpflegung in Schulen, Mensen und Kitas) eingeteilt werden (Dasbach 2021, S. 27; *gvpraxis* et al. 2019). Das Business-Segment umfasst nach Pfefferle et al. (2021, S. M472) Unternehmen der Privatwirtschaft, öffentliche Einrichtungen (z.B. Behörden) sowie die Bundeswehr (Truppenverpflegung). Das geschätzte Marktvolumen der Gemeinschaftsgastronomie lag, Stand September 2019, bei rund 20 Mrd. €, wovon mit rund 16,4 Mrd. € der überwiegende Teil auf die Betriebsverpflegung entfiel (*gvpraxis* et al. 2019). Wesentliche Umsatzanteile werden nicht nur mit der Hauptverpflegung, sondern auch mit den Bereichen Zwischenverpflegung/Shops/Automaten sowie Gästebewirtschaftung/Events erzielt (Schmid & Reif 2020b, S. 26). Der Sektor der Betriebsgastronomie kann anhand mehrerer Merkmale beschrieben werden:

**Bewirtschaftungsform:** Es können zwei Formen der Bewirtschaftung unterschieden werden: Bei einer Bewirtschaftung in Eigenregie stellt der Betrieb, in dem Personen verpflegt werden, die Gebäude, Geräte, Lebens- und Betriebsmittel sowie das Personal (Dasbach 2021, S. 130f). Bei einer Fremdbewirtschaftung werden Gebäude, Geräte, Lebensmittel, Betriebsmittel und/oder das Personal extern bereitgestellt, z.B. durch ein Cateringunternehmen (Dasbach 2021, S. 130ff). Nach Einschätzung der *gvpraxis*-Redakteurin werden in Deutschland rund 60 % der Betriebskantinen in Eigenregie und rund 40 % der Betriebskantinen in Fremdrege bewirtschaftet. Zu den in Bezug auf den Umsatz größten Unternehmen der Betriebsgastronomie in Deutschland zählten im Jahr 2019 z.B. Volkswagen, Daimler, Siemens und die DB Gastronomie (Schmid & Reif 2020b, S. 27). Cateringunternehmen, die im Jahr 2019 in Deutschland einen großen Umsatz in den Segmenten Business, Care und/oder Education erzielten, waren z.B. die Unternehmen Compass Group, Aramark, Apetito und Klüh (Schmid & Reif 2020a, S. 19). Die von der *gvpraxis* insgesamt befragten 33 Cateringunternehmen erwirtschafteten im Jahr 2019 im Durchschnitt 56,4 % ihres Gesamtumsatzes im Sektor Betriebsgastronomie (Schmid & Reif 2020a, S. 18).

**Branche:** In Bezug auf die Branchen kann zwischen Privatwirtschaft und öffentlichen Trägern unterschieden werden. Sektoren der Privatwirtschaft, in denen häufig Betriebskantinen zu finden sind, sind z.B. die Branchen Automobil und Zulieferer, Banken und Versicherungen, Chemie/Pharma, Medien, Energie sowie Verkehr. Im öffentlichen Bereich sind Betriebskantinen bei Behörden und Einrichtungen auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene zu finden. Das Angebot in Betriebsrestaurants kann grob danach eingeteilt werden, ob am jeweiligen Standort vermehrt Beschäftigte in der Produktion („Blaumänner“) oder Beschäftigte aus den Bereichen Produktentwicklung und Dienstleistungen arbeiten. An Produktionsstandorten sind im Vergleich zu Entwicklungs- und Dienstleistungsstandorten häufig fleischlastigere Angebote zu

finden und die Sensibilität für nachhaltige Angebote ist geringer. Die Gerichte müssen, auch aufgrund von Forderungen aus dem Betriebsrat, günstiger sein. An Entwicklungs- und Dienstleistungsstandorten hingegen haben die Gäste tendenziell höhere Anforderungen und auch der Durchschnittsböns ist tendenziell höherer. Da sich Produktion und Entwicklung häufig am selben Standort befinden, können diese Charakteristika jedoch verschwimmen (Quelle: Expertengespräch mit Redakteurin der gvpraxis am 04.02.2020).

*Anzahl der ausgegebenen Essen:* Die Anzahl der je Angebotstag ausgegebenen Essen kann je nach Betriebsrestaurant stark variieren und reicht von <100 bis >10.000 (Quelle: Expertengespräch mit Redakteurin der gvpraxis am 04.02.2020).

*Durchschnittsböns:* Beim Durchschnittsböns handelt es sich um den Preis, den ein Gast zahlt. Die Höhe des Durchschnittsböns wird dadurch beeinflusst, wie stark ein Betrieb das Essen subventioniert. Einige Unternehmen subventionieren noch viel, andere kaum (Quelle: Expertengespräch mit Redakteurin der gvpraxis am 04.02.2020). Der Durchschnittsböns, den große Betriebsgastronomen in Eigenregie im Jahr 2019 in Deutschland erzielten, lag bei 4,25 € (Schmid & Reif 2020b, S. 31)<sup>1</sup>. Der Durchschnittsböns, den große Contract Caterer im Jahr 2019 in Deutschland erzielten, betrug 4,15 € (Schmid & Reif 2020a, S. 30)<sup>2</sup>.

*Anzahl der Gerichte:* Die Anzahl der an einem Angebotstag gleichzeitig angebotenen Gerichte liegt je nach Kantine in einem Bereich zwischen 3 und 14 (Quelle: Expertengespräch mit Redakteurin der gvpraxis am 04.02.2020).

Die Redakteurin ging im Expertengespräch darüber hinaus auf allgemeine Entwicklungen im Bereich der Betriebsgastronomie ein. So nimmt der wirtschaftliche Druck in der Betriebsgastronomie zu, da die Unternehmen die Verpflegung immer weniger stark subventionieren. Das Betriebsrestaurant wird zudem unterschiedlich stark genutzt. Z.B. gibt es Personen, die täglich in die Kantine gehen und Personen, die das Angebot nur ein- bis zweimal pro Woche nutzen. Dies hat sich durch neue Arbeitsplatzmodelle (keine festen Bürozeiten, Homeoffice) noch verstärkt. So kommen Mitarbeitende z.B. später ins Büro und gehen dadurch mittags nicht in die Kantine, nehmen dafür aber nachmittags ein Snackangebot wahr. Die Betriebsgastronomie muss ihren Gästen daher Ganztageskonzepte bieten (Quelle: Expertengespräch mit Redakteurin der gvpraxis am 04.02.2020).

In einer Onlinebefragung von insgesamt 267 Entscheider\*innen aus der Betriebsgastronomie im Zeitraum November 2022 bis Januar 2023 gaben 33 % an, dass sie Fleisch aus artgerechter Tierhaltung anbieten. Ein weiteres Drittel der Befragten hatten Fleisch aus artgerechter Tierhaltung nach eigener Aussage mindestens zweimal wöchentlich im Angebot. Das verbleibende Drittel der Antworten entfiel auf die Antwortoptionen seltener (22,3 %) oder gar nicht

---

<sup>1</sup> Berechnung durch die Fachzeitschrift gvpraxis auf Basis von Selbstauskünften von 38 Unternehmen mit mind. 0,8 Mio. € Nettoumsatz aus der Betriebsgastronomie ohne Subventionen im Jahr 2019 (Geschäftsjahre zum Teil abweichend) (Schmid & Reif 2020b, S. 27, 31).

<sup>2</sup> Berechnung durch die Fachzeitschrift gvpraxis auf Basis von Selbstauskünften von 33 Catering-Unternehmen mit mind. 10,4 Mio. € Nettoumsatz im Jahr 2019 (Geschäftsjahre zum Teil abweichend). Die Unternehmen waren meist auch in anderen Segmenten wie Seniorenheimen, Kliniken, Kindertagesstätten und Mensen tätig. Drei der Unternehmen waren nicht im Bereich der Betriebsgastronomie tätig (Schmid & Reif 2020a, S. 18ff).

(11,7 %). Dabei wurde jedoch nicht erfasst, was genau die Befragten unter artgerechter Tierhaltung verstanden. Viele Entscheider\*innen würden gerne mehr Fleisch aus artgerechter Tierhaltung einsetzen, nannten jedoch die hohen Kosten sowie die Beschaffung der Produkte als Herausforderungen. Speisen oder Getränke mit Öko-Produkten hatten 42,6 % der befragten Betriebsgastronom\*innen nach eigener Aussage täglich im Angebot und weitere 21,0 % mindestens zweimal wöchentlich. 23,1 % der befragten Entscheider\*innen boten Speisen oder Getränke mit Öko-Produkten seltener und 13,3 % boten sie gar nicht an. Offen blieb, ob es sich bei den eingesetzten Öko-Produkten z.B. nur um einzelne Getränke oder um ganze Menükomponenten handelte und inwieweit möglicherweise eingesetzte Öko-Zutaten auch ausgelobt wurden (gvpraxis & Nestlé Deutschland 2023, S. 2ff).

## 2.2 Informationskampagnen in der Außer-Haus-Verpflegung

Im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung wurden in den vergangenen 23 Jahren zahlreiche Informationskampagnen durchgeführt, mit denen der Absatz von Öko-Lebensmitteln in den jeweiligen Einrichtungen gesteigert werden sollte. Beispiele sind „Natur auf dem Teller“ (NRW, 2005), „Klasse für die Masse“ (BÖL, 2003) oder „Bio mir zuliebe“ (CMA, 2005). Zur Umsetzung der Informationskampagnen wurden verkaufsfördernde Maßnahmenpakete geschnürt, die beispielsweise das Angebot von Aktionsgerichten, Verkaufsstände von regionalen Öko-Landwirten oder Gewinnspiele beinhalteten. Handzettel, Plakate oder Tischaufsteller sollten die Aufmerksamkeit der Gäste auf die Kampagnen erhöhen. Ankündigungen auf der Webseite, im Internet oder in der örtlichen Presse und Nachberichte in Fachzeitschriften unterstützten den Fokus auf die Angebote in der Kantine zusätzlich. Adressiert wurde die Gemeinschaftsverpflegung als Teil der Außer-Haus-Verpflegung, mit Ausnahme der Kita- und Schulverpflegung. Für diese Gruppe wurde im Rahmen des BÖL eine eigene Kampagne initiiert. Seit 2004 können sich Verpflegungsverantwortliche aus dem Bereich Education bundesweit zur Teilnahme an „Bio kann jeder“ anmelden. In den vierstündigen Workshops werden den Teilnehmenden in Theorie und Praxis Aspekte einer nachhaltigen Ernährungsweise vermittelt. Der Praxisteil beinhaltet meist ein gemeinsames Kochen, eine Hofbesichtigung oder Arbeiten in Kleingruppen, um Grundlagen einer nachhaltigen Speiseplanung oder den Umgang mit den Mehrkosten für Öko-Produkte zu vermitteln. Die „Bio kann jeder“-Workshops werden bundesweit von unterschiedlichen Projektnehmern durchgeführt. Informationen zur Kampagne, wie aktuelle Termine und die Kontaktdaten zu den Ansprechpartnern sind auf der Kampagnenwebseite zu erfahren: [Bio kann jeder \(oekolandbau.de\)](http://Bio_kann_jeder_(oekolandbau.de))

Die Initiative „BioBitte“ ist ebenfalls im Rahmen des BÖL entwickelt worden. Zielgruppe ist unter anderem die kommunale Verwaltung. Kommunale Vertreter sollen in verschiedenen Veranstaltungsformaten befähigt werden, Ausschreibungen für kommunale Verpflegungseinrichtungen so auszuschreiben, dass in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen Rechtssicherheit besteht. Weitere Zielgruppen sind Küchenleiter kommunaler Einrichtungen, die über die Beschaffungssituation in ihrer Region informiert werden. Thematisiert werden auch die herausfordernden Aspekte im Umgang mit Öko-Produkten, wie die Mehrkosten oder die etwaige mangelnde Akzeptanz bei Mitarbeitenden oder Gästen. Inhaltlicher Schwerpunkt ist ferner das Prozedere einer Öko-Zertifizierung. Begleitend zu den Veranstaltungsformaten wurden

Informationsmaterialien entwickelt, die als Download zur Verfügung stehen. Weiterführende Informationen sind auf der Projektseite [Die Initiative BioBitte \(oekolandbau.de\)](https://www.oekolandbau.de) zu ersehen.

Die Evaluierung beider Kampagnen erfolgt über Fragebögen, die den Teilnehmenden zum Ende einer jeden Veranstaltung ausgehändigt werden. Bewertungskriterien sind vornehmlich der Gesamteindruck der Veranstaltung und der Nutzen für die eigene Arbeit. Etwa alle drei Jahre werden für einen definierten Zeitraum alle Teilnehmenden eines „Bio kann jeder“-Workshops erneut befragt. Von besonderem Interesse ist es, welche Entwicklung der Einsatz von Öko-Produkten in den Kitas und Schulen seit der Teilnahme genommen hat.

## **2.3 Beurteilung von ökologischer und artgerechter Tierhaltung durch Kantinengäste**

Aktuell lassen sich nur wenige Studien ermitteln, in denen untersucht worden ist, wie Gäste aus der Betriebsgastronomie eine ökologische oder artgerechte Tierhaltung beurteilen. Etwas mehr Studien sind für den Bereich der Individualverpflegung (Restaurants) zu finden. Die Untersuchungen lassen sich u.a. danach einteilen, ob die Bedeutung einer ökologischen oder artgerechten Tierhaltung im Kontext der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) isoliert oder im Zusammenspiel mit weiteren Faktoren erhoben worden ist. Wird ökologische und artgerechte Tierhaltung im Zusammenspiel mit weiteren Faktoren, die die Menüwahl beeinflussen können, untersucht, dann ermöglicht dies Rückschlüsse auf die Relevanz dieses Aspekts im Vergleich zu den anderen Einflussgrößen. In mehreren Studien wurde die Stichprobe zudem in Hinblick auf bestimmte Merkmale segmentiert. Darüber hinaus gibt es Studien, die sich auf Bestimmungsfaktoren für die Einstellung gegenüber einem Einsatz von Öko-Lebensmitteln in der AHV oder für die Präferenz oder die Mehrzahlungsbereitschaft von Lebensmitteln aus ökologischer und artgerechter Produktion im Außer-Haus-Kontext fokussiert haben.

### **2.3.1 Isolierte Erhebung**

Bei einer isolierten Abfrage zeigen sich im Allgemeinen hohe Zustimmungswerte für einen verstärkten Einsatz von Lebensmitteln aus ökologischer oder artgerechter Erzeugung. So gaben im Öko-Barometer 2022 mehr als zwei Drittel der Befragten an, dass sie in einem Betriebsrestaurant, in einer Mensa oder in einer Kantine Gerichte bevorzugen würden, die ganz oder teilweise mit Öko-Lebensmitteln hergestellt werden (BMEL 2023a, S. 23). 23 % der Befragten würden diese Gerichte generell bevorzugen, 20 % würden diese Gerichte bevorzugen, wenn sie bestimmte Lebensmittel enthalten, und weitere 25 % würden sie je nach Preis vorziehen (BMEL 2023a, S. 23). Die Zustimmung war bei Personen, die die jeweilige Verpflegungseinrichtung mindestens einmal wöchentlich nutzten, höher als bei Personen, bei denen dies seltener oder nie der Fall war (BMEL 2023a, S. 23). In einer Befragung von Lemken et al. (2018, S. 366f) wurde eine Umstellung des Angebots in öffentlichen Mensen und Kantinen sowie in Restaurants auf hauptsächlich ökologische Kost bei einer weiterhin bestehenden Möglichkeit, sich gegen die klimafreundliche Variante zu entscheiden, von den Befragten im Durchschnitt befürwortet. Gleichwohl war die Zustimmung in Bezug auf regionale und saisonale Lebensmittel noch größer (Lemken et al. 2018, S. 366f). Eine von Spiller et al. (2003, S. 85) durchgeführte Gästebefragung in Betriebsrestaurants der Volkswagen AG in Wolfsburg

sowie in der Zentralmensa der Universität Göttingen ergab ebenfalls hohe Zustimmungswerte für ein verstärktes Angebot von Öko-Lebensmitteln (VW 82,0 %, Zentralmensa 69,2 %).

Die Zustimmung zu einem Öko-Angebot in Einrichtungen der Individual- oder Gemeinschaftsgastronomie zeigt sich auch in der Mehrzahlungsbereitschaft für ein solches Angebot. In Bezug auf Kantinen und Mensen waren 80 % der Befragten des Öko-Barometers dazu bereit, einen Aufpreis zu bezahlen (BMEL 2023a, S. 24). Die Höhe der Aufpreisbereitschaft variierte von 50 ct (6 % der Befragten), zwischen 50 ct und 1 € (20 %), zwischen 1 € und 1,50 € (19 %), zwischen 1,50 € und 2 € (18 %) bis zu mehr als 2 € (17 %) (BMEL 2023a, S. 24). Personen, die zum Zeitpunkt der Befragung eine Kantine nutzten, waren häufiger bereit mehr zu bezahlen als Personen, bei denen dies nicht der Fall war (BMEL 2023a, S. 24). In einer Befragung von Konsumenten von Fleisch, Eiern und Milchprodukten aus den USA zeigte sich eine hohe Bereitschaft, ein Restaurant aufgrund des Angebots von Tierwohl-zertifizierten Produkten zu wählen und dafür einen Aufpreis oder einen längeren Fahrtweg in Kauf zu nehmen (Spain et al. 2018, S. 3ff).

Viele Verbraucher\*innen wünschen sich außerdem Informationen zur Tierhaltung in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. So hielten 74 % der Befragten für den BMEL-Ernährungsreport Informationen zur Tierhaltung bei Fleischgerichten in der Gastronomie, Kantine oder Mensa für wichtig oder sehr wichtig (forsa 2021, S. 52). 85 % der Antwortenden einer Befragung für die Initiative Tierwohl würden es begrüßen, wenn auch Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung mit einem mehrstufigen System kennzeichnen würden, wie die Tiere, deren Fleisch angeboten wird, gehalten worden sind (forsa 2020, S. 14). In Fokusgruppendifkussionen mit britischen und brasilianischen jungen Erwachsenen wurden ökologische und vegetarische Label als wichtigste Symbole bewertet, die gemeinsam mit der Menüdeklaration erscheinen sollen (Oliveira et al. 2017, S. 328).

### **2.3.2 Erhebung im Zusammenspiel mit weiteren Faktoren**

Auch wenn sich einerseits zeigt, dass ökologische und artgerechte Tierhaltung für viele Gäste von Bedeutung ist, so wird andererseits auch deutlich, dass dieser Aspekt im Vergleich zu anderen Aspekten bei der Menü- oder Restaurantwahl nur von nachgeordneter Bedeutung ist. Price, Hartwell et al. (2016, S. 171f) ermittelten mittels Fokusgruppendifkussionen mit Beschäftigten aus dem Vereinigten Königreich und aus Deutschland, die regelmäßig die Kantine an ihrem Arbeitsplatz nutzen, Einflussfaktoren auf die Menüwahl. Dabei unterschieden sie Faktoren, die der Menüwahl vorausgehen, sowie Faktoren, die die Menüwahl direkt beeinflussen. So haben z.B. das Bedürfnis nach Pause und nach sozialem Kontakt mit Kollegen, Zeitrestriktionen, fehlende Alternativen und das Auftreten von Lebensmittelskandalen einen Einfluss darauf, ob die Kantine am Arbeitsplatz genutzt wird. Für die Menüwahl selbst wurden elf bedeutsame Faktoren identifiziert. Neben Tierwohl und dem Einsatz ökologischer Zutaten waren dies das Preis-Leistungs-Verhältnis, ein vielfältiges Angebot, Natürlichkeit, Ernährung, Portionsgröße, Geschmack und Aussehen, Herkunft, Umweltwirkungen sowie Fairtrade (Price, Hartwell et al. 2016, S. 171f). Um die Kriterien entsprechend ihrer Wichtigkeit in eine Rangfolge zu bringen, führten Price, Viglia et al. (2016, S. 40ff) im Vereinigten Königreich sowie in Frankreich, Dänemark und Griechenland ein Best-Worst-Experiment mit regelmäßigen

Betriebskantinennutzer\*innen durch. In allen vier Ländern wurden die Ernährung, das Preis-Leistungsverhältnis und Natürlichkeit als wichtigste Kriterien bewertet. Eine ökologische Erzeugung der Zutaten war im Vereinigten Königreich, in Griechenland und in Frankreich von insgesamt acht dargebotenen Kriterien der fünftwichtigste und in Dänemark der viertwichtigste Aspekt. Tierwohl war im Vereinigten Königreich und in Dänemark das viertwichtigste, in Griechenland das sechstwichtigste und in Frankreich nur das siebtwichtigste Kriterium. Im Vergleich zu den drei wichtigsten Kriterien war die Bedeutung von Öko und Tierwohl fast immer deutlich geringer (niedrigere durchschnittliche Best-Worst-Utility-Scores) (Price, Viglia et al. 2016, S. 40ff).

Ohlhausen & Langen (2021, S. 3ff) führten mit 373 Mitarbeitenden zweier staatlicher Umweltbehörden ein Choice-Experiment zu Eigenschaften des Menüangebots in Betriebskantinen (Menü-Vielfalt, Menü-Typ, Bestellsystem, Zutaten und Preis) durch. Für die Befragten stellte das Zutaten-Attribut mit den möglichen Ausprägungen Öko, regional oder saisonal im Vergleich zu den anderen Attributen die am wenigsten wichtigste Eigenschaft dar. Am wichtigsten war den Befragten das Bestellsystem (Vorbereitung eine Woche vorher, Vorbereitung bis 9 Uhr am selben Tag, spontane Entscheidung), gefolgt von der Menü-Vielfalt (ein angebotenes Gericht, zwei angebotene Gerichte, zwei angebotene Gerichte plus ein Salatbuffet), dem Preis und dem Menü-Typ (vegetarisch, vegan, fleischhaltig). Dennoch waren die Befragten bereit, für Zutaten in ökologischer Qualität mehr Geld zu bezahlen. So betrug die Mehrzahlungsbereitschaft für Öko-Zutaten bei den Personen, die mindestens zweimal pro Woche die Kantine nutzten, 0,42 € und bei den potenziellen Gästen (Kantinennutzung einmal pro Woche oder seltener) 0,29 € (Ohlhausen & Langen 2021, S. 3ff).

Verain et al. (2022, S. 3ff) führten zwei Studien mit erwachsenen Personen in den Niederlanden durch und untersuchten dabei deren Motive für die Lebensmittelwahl in unterschiedlichen Kontexten. Dabei zeigte sich, dass Tierwohl und andere nachhaltigkeitsbezogene Motive bei der Lebensmittelwahl meist weniger wichtig waren als egozentrische Motive, wie Geschmack und Erschwinglichkeit, sowie das Motiv Gesundheit. Die Bedeutung des Tierwohls variierte jedoch je nach Kontext. So war Tierwohl den Befragten beim Frühstück, Mittag- und Abendessen signifikant wichtiger als beim Verzehr eines Snacks. Darüber hinaus war Tierwohl von einer signifikant geringeren Bedeutung, wenn die Mahlzeit außer Haus eingenommen wurde anstatt zu Hause oder auf der Arbeit. Tierwohl war des Weiteren dann signifikant wichtiger, wenn das Essen gemeinsam mit dem Partner oder der Partnerin zu sich genommen wurde und nicht alleine oder in der Familie (Verain et al. 2022, S. 3ff).

Scozzafava et al. (2017, S. 1872ff) untersuchten die Bedeutung der Attribute Servicequalität, Preis, Herkunft der Zutaten und Zertifizierung (Öko, ohne Gentechnik) für die Restaurantwahl in einem Choice-Experiment mit italienischen Verbraucher\*innen, die zumindest einmal innerhalb der letzten drei Monate in einem Restaurant gegessen hatten. Darüber hinaus wurden die Befragten gebeten, die Wichtigkeit weiterer Attribute bei der Restaurantwahl auf einer siebenstufigen Likert-Skala anzugeben. Von diesen weiteren Eigenschaften hatten der Geschmack, Sauberkeit, zurückliegende Erfahrungen, der Gesundheitswert des Essens, die Atmosphäre des Restaurants sowie das Gericht eine hohe Wichtigkeit. Bei den im Choice-

Experiment getesteten Attributen zeigte sich, dass der Preis die wichtigste und die Servicequalität die zweitwichtigste Eigenschaft darstellten. Eine regionale, ökologische oder gentechnikfreie Produktion der angebotenen Lebensmittel hatten im Vergleich zum Preis und zur Servicequalität nur eine geringe Wichtigkeit (Scozzafava et al. 2017, S. 1872ff).

Kwok et al. (2016, S. 111ff) ließen Verbraucher\*innen aus den USA, die innerhalb der letzten drei Monate zumindest einmal in einem Restaurant gegessen hatten, 12 Eigenschaften nachhaltiger Restaurants auf einer Likert-Skala mit sieben Abstufungen bewerten. Das Angebot von ökologischen Lebensmitteln stellte das Attribut mit dem zweitniedrigsten durchschnittlichen Skalenwert (4,84) dar. Das Angebot von regionalen Lebensmitteln wurde im Durchschnitt etwas höher bewertet und war das Attribut mit dem sechsthöchsten Skalenwert (5,12). Umweltbezogene Attribute, wie die Vermeidung von schadstoffhaltigem Müll oder die Teilnahme an Recycling-Programmen, wurden signifikant höher bewertet als das Angebot von ökologischen und regionalen Lebensmitteln. Mit zunehmender Wichtigkeit eines ökologischen und regionalen Angebots stieg jedoch die Wahrscheinlichkeit dafür, höhere Menüpreise zu bezahlen oder längere Wartezeiten oder einen weiteren Anfahrtsweg in Kauf zu nehmen, um in einem nachhaltigen Restaurant zu essen (Kwok et al. 2016, S. 111ff).

Schjøll & Alfnes (2017, S. 577ff) konnten in einem Feldexperiment in einem norwegischen Fine-Dining-Restaurant keinen signifikanten Einfluss der Beschreibungen „ökologisches Kalbfleisch“ (Öko-Beschreibung) und „Kalbfleisch von glücklichen Kälbern, die viel Zuwendung und Bewegung erhalten haben“ (Tierwohl-Beschreibung) auf die Wahlwahrscheinlichkeit eines Kalbfleisch-Menüs feststellen. Futtrup & Grunert (2023, S. 29ff) untersuchten mittels Fokusgruppendifkussionen mit Personen, die häufig außer Haus aßen, die Bedeutung des Einsatzes von Öko-Zutaten bei der Restaurantwahl von Verbraucher\*innen. Dabei wurde u.a. deutlich, dass der Wert darin, außer Haus essen zu gehen, sich aus dem Zusammenspiel von Essen, Service und Atmosphäre ergab. Öko wurde eher als ein Zusatznutzen gesehen, insbesondere dann, wenn die Eigenschaft als Indikator für den Geschmack diente und wenn sie mit einer geringen Verarbeitung der Lebensmittel einherging (Futtrup & Grunert 2023, S. 29ff). Spiller et al. (2003, S. 17) halten auf Basis von sechs Experteninterviews mit jeweils zwei Studierendenwerken, Betriebskantinen und Restaurants fest, dass „die Gäste in erster Linie dem Geschmack, dem Aussehen und den Preisen der Gerichte größtes Gewicht beimessen“.

### **2.3.3 Gäste-Segmente**

Je nach Studie wurden in Bezug auf die Menü- oder Restaurantwahl unterschiedliche Segmente identifiziert. Price, Viglia et al. (2016, S. 40ff) ermittelten in ihrer Studie mit Betriebskantinenutzer\*innen fünf Segmente: (a) ein stark preis-leistungsorientiertes Segment, (b) ein Segment mit geringem Fokus auf Öko, Herkunft und Natürlichkeit, (c) ein Segment mit starkem Fokus auf die Kriterien Umweltauswirkungen, Fairtrade, Öko und Tierwohl, (d) ein gesundheitsbewusstes Segment mit hoher Bedeutung von Natürlichkeit, Öko und Ernährung sowie (e) ein stark herkunftsorientiertes Segment (Price, Viglia et al. 2016, S. 40ff). Spiller et al. (2003, S. 36ff) fanden für Gäste in Mensen der Universitäten Kassel und Göttingen sowie der VW Betriebsgastronomie jeweils ein stark Öko-befürwortendes und ein stark Öko-ablehnendes Cluster sowie, je nach Einrichtung, eines oder mehrere dazwischenliegende Cluster mit

einer großen oder weniger großen Aufgeschlossenheit gegenüber Öko-Lebensmitteln. Das Öko-befürwortende Cluster umfasste zwischen 10 % (VW) und 29 % (Kassel) der Befragten. Dem Öko-ablehnenden Cluster wurden zwischen 17 % (Kassel) und 39 % (VW) der Befragten zugeordnet. Ein Fünftel (20 %) der in den Kasseler Einrichtungen Befragten wurden zudem einem Cluster mit hoher Preissensibilität zugeordnet (Spiller et al. 2003, S. 36ff).

Futtrup & Grunert (2023, S. 29ff) identifizierten in Bezug auf die Restaurantwahl von dänischen Verbraucher\*innen insgesamt drei Segmente: (a) Ein relativ kleines Segment (10 % der Befragten) mit starkem Interesse an Öko, (b) ein großes Segment (58 %) mit einem hohen Preisbewusstsein und (c) ein mittelgroßes Segment (32 %) mit einem hohen Qualitätsbewusstsein. Während die Verwendung von Öko-Zutaten und des staatlichen Öko-Küchenlabels für das Öko-interessierte Segment die mit Abstand wichtigste Information darstellte, war für das preisbewusste Segment der Preis das mit großem Abstand wichtigste Kriterium, gefolgt von der Öko-Eigenschaft. Für das qualitätsorientierte Segment waren die Herkunft der Zutaten, die Zubereitung, die Lebensmittelsicherheit (Smiley-Label), der Preis und der Gesundheitswert der Gerichte wichtiger als Öko. Wenn das Öko-Küchenlabel in der Stufe Gold, Silber oder Bronze aufgebracht war, dann erhöhte sich in jedem der drei Segmente die Wahrscheinlichkeit dafür, dass das Restaurant gewählt wurde. War in der Restaurantbeschreibung keine Information über Öko enthalten, dann verringerte sich in allen drei Segmenten die Wahrscheinlichkeit dafür, dass das Restaurant gewählt wurde. Am stärksten waren diese Effekte jeweils im Segment der Öko-Interessierten. Die Öko-Interessierten waren zudem durch einen höheren Männeranteil, eine höhere Wahrscheinlichkeit, in der Stadt zu leben, ein höheres Einkommen, einen höheren Bildungsstand, eine höhere Häufigkeit des Außer-Haus-Verzehrs, eine höhere Bekanntheit des Öko-Küchenlabels sowie eine stärkere Intention, zukünftig in einem Öko-Küchenlabel-zertifizierten Restaurant zu essen, gekennzeichnet (Futtrup & Grunert 2023, S. 29ff).

Scozzafava et al. (2017, S. 1872ff) ermittelten in ihrer Studie zur Restaurantwahl vier latente Klassen: Die Hedonisten (30 % der Befragten) waren dadurch gekennzeichnet, dass sie den Preis als Qualitätssignal heranzogen. Ein höherer Preis erhöhte bei diesen Personen signifikant die Wahrscheinlichkeit, das Restaurant zu wählen. Die übrigen Attribute (Servicequalität, Herkunft, Zertifizierung) hatten einen signifikant negativen Einfluss auf die Wahlwahrscheinlichkeit des Restaurants. Das Segment der regional orientierten Verbraucher\*innen (29 %) wies die höchste Präferenz für regionale Lebensmittel auf. Auch die Servicequalität und die Zertifizierung beeinflussten die Restaurantwahl positiv. Die „Nicht-Wähler“ (26 %) wählten häufig die Nicht-Wahl-Option, was sie zumeist mit dem Preis begründeten. Im Segment der sparsamen Verbraucher\*innen (15 %) erhöhte ein steigender Preis die Wahrscheinlichkeit dafür, sich gegen ein Restaurant zu entscheiden, am stärksten. Sowohl bei den regional orientierten als auch bei den sparsamen Verbraucher\*innen zeigte sich eine signifikant höhere Zahlungsbereitschaft für regionale und für ökologische Lebensmittel. Die Zahlungsbereitschaft war bei den regional orientierten Konsumenten (regional: 11,36 €, öko: 7,72 €) höher als bei den sparsamen Konsumenten (regional: 3,74 €, öko: 1,42 €) (Scozzafava et al. 2017, S. 1872ff).



Christensen et al. (2019, S. 2ff) ermittelten in einem Choice-Experiment mit dänischen Verbraucher\*innen die Präferenzen für Öko-Zutaten sowie unterschiedliche Anteile an Fleisch und vegetarischen Komponenten in einem Pastagericht. Dabei zeigten sich drei Verbrauchersegmente: (a) Ein Segment mit einer starken Präferenz für Öko-Zutaten sowie für einen hohen vegetarischen und einen geringen Fleischanteil des Menüs. (b) Ein Segment ohne Interesse an Öko-Zutaten und einer höheren Fleischpräferenz. (c) Ein großes Segment (55 % der Befragten), das sich in Bezug auf die Öko-Präferenz und die Mahlzeitenzusammensetzung zwischen den beiden anderen Segmenten einordnete. Der Kontext, in dem die Entscheidung getroffen wurde, wurde von den Studienautor\*innen nicht näher definiert. Die Autor\*innen halten die Ergebnisse aber auch für den Gastronomiesektor für bedeutsam (Christensen et al. 2019, S. 2ff).

### **2.3.4 Bestimmungsfaktoren**

Die Wahl von Öko-Lebensmitteln in Restaurants kann von zahlreichen Faktoren beeinflusst werden: Einstellungen (Dahm et al. 2009, S. 198f; Shin et al. 2017, S. 116ff; Shin et al. 2018a, S. 5ff; Shin et al. 2018b, S. 24ff), Umweltbewusstsein (Filimonau et al. 2018, S. 6ff), Bewusstsein für Öko-Lebensmittel (Filimonau et al. 2018, S. 6ff), Gesundheitsbewusstsein (Filimonau et al. 2018, S. 6ff; Jeong & Jang 2018, S. 4ff; Shin et al. 2018a, S. 5ff), subjektive Normen (Shin et al. 2018b, S. 24ff), persönliche Normen (Shin et al. 2018b, S. 24ff), sozialer Wert (Shin et al. 2018a, S. 5ff), wahrgenommene Verhaltenskontrolle (Shin et al. 2018b, S. 24ff), Geschlecht (Jeong & Jang 2018, S. 4ff; DiPietro et al. 2013, S. 785ff), Alter (Filimonau et al. 2018, S. 6ff; Jeong & Jang 2018, S. 4ff; DiPietro et al. 2013, S. 785ff), Vorhandensein von Kindern im Haushalt (Kwok et al. 2016, S. 111ff), Preisrelevanz (Filimonau et al. 2018, S. 6ff) und Restauranttyp (Casual-Dining, Fine-Dining) (Jeong & Jang 2018, S. 4ff). Als Determinanten für die Wahl eines Restaurants mit Öko-Lebensmitteln wurden die Umwelteinstellung, das Gesundheitsbewusstsein und der soziale Wert (Shin et al. 2018a, S. 5ff) sowie der Preis und der Restauranttyp (Quick-Service, Casual-Dining, Fine-Dining) (Lu & Gursoy 2017, S. 74ff) ermittelt.

Spiller et al. (2003) erforschten mittels Discrete-Choice-Analyse u.a. die Präferenzen für eine Rindfleischkomponente mit den Attributen Öko, Preis und Artgerechtigkeit bei Gästen aus Mensen der Universitäten Göttingen und Kassel sowie aus Betriebsrestaurants der Volkswagen AG. In den beiden Mensen zeigte sich, dass eine positive Gästeeinstellung zu Öko-Produkten sowie Fleisch vom Angus-Weiderind mit Tierschutz-Siegel die Wahl für die Öko-Rindfleischkomponente positiv beeinflusst haben. In den VW-Betriebsrestaurants hatte, neben den positiven Öko-Einstellungen, das Interesse an natürlichen Produkten ohne Zusatzstoffe einen positiven Einfluss auf die Wahl des Öko-Rindfleischs. Die Ergebnisse für die VW-Betriebsrestaurants sind nach Einschätzung der Autor\*innen jedoch aufgrund der geringen Stichprobengröße mit Vorbehalt zu betrachten (Spiller et al. 2003, S. 47ff). Mørk et al. (2017, S. 409ff) fanden heraus, dass die Einstellung dänischer Bürger gegenüber dem Einsatz ökologischer Lebensmittel in öffentlichen Verpflegungseinrichtungen stark durch eine persönliche Norm, Öko-Lebensmittel zu essen, beeinflusst wird. Zudem haben Universalismus-Wert (kollektivistischer Wert), Leistungswert (individualistischer Wert), Umwelteinstellung, persönliche Normen und soziale Normen signifikante indirekte Effekte auf die Einstellung gegenüber dem

Einsatz von Öko-Lebensmitteln in öffentlichen Verpflegungseinrichtungen (Mørk et al. 2017, S. 409ff).

### **2.3.5 Forschungslücken**

Lorenz & Langen (2018, S. 52f) kamen in einer Auswertung von 110 Studien zum Wahl- und Konsumverhalten in der AHV u.a. zu folgenden Ergebnissen: (a) Bestehende Untersuchungen fokussierten sich stark auf ein gesünderes Ernährungsverhalten im Außer-Haus-Bereich, z.B. einen erhöhten Konsum von Obst und Gemüse. Andere Nachhaltigkeitsaspekte wurden dagegen bisher nur wenig betrachtet. (b) In der existierenden Literatur stand besonders das Konsumverhalten von Kindern im Fokus, weniger das von Erwachsenen in Betriebskantinen und Mensen. (c) Soziale Faktoren und ihre Interaktion mit anderen Faktoren wurden bisher relativ selten untersucht (Lorenz & Langen 2018, S. 52f). Einige Autor\*innen wiesen darauf hin, dass zukünftige Studien untersuchen könnten, wie Informationen, die für Gäste relevant sind, in Betriebskantinen verfügbar gemacht (Price, Viglia et al. 2016, S. 40ff) und effektiv kommuniziert (Scozzafava et al. 2017, S. 1872ff) werden können. Lu & Gursoy (2017, S. 74ff) schlagen zudem vor, dass in zukünftigen Studien für ein bestimmtes Restaurantsegment Choice-Experimente mit Speisenattributen, einschließlich des Vorhandenseins eines Öko-Essens, durchgeführt werden könnten (Lu & Gursoy 2017, S. 74ff). Wie dargestellt, existieren zum Thema zwar einige Studien für die Individualgastronomie, jedoch nur wenige für die Betriebsgastronomie. Die Ergebnisse aus Studien zur Individualgastronomie können in der Regel nicht ohne Weiteres auf die Betriebsgastronomie übertragen werden, da die Entscheidungssituation in Betriebskantinen häufig von der in Einrichtungen der Individualgastronomie abweicht (Futtrup & Grunert 2023, S. 46). Darüber hinaus stand in vielen der aufgeführten Studien nicht die Menüwahl, sondern die Restaurantwahl oder die allgemeine Präferenz für Öko-Lebensmittel in der AHV im Vordergrund.

### 3 Denke-Laut-Protokolle

#### 3.1 Ziel und Fragestellungen

In der Studie mit Denke-Laut-Protokollen sollte folgenden Fragestellungen nachgegangen werden:

*(a) Wie beurteilen Kantinegäste Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung, die ihnen in Form einer Öko-Auslobung, als Textinformation in Stichworten, in Bildform oder in Zitatform vorgelegt werden?*

Konkret sind dabei die folgenden Fragen von Bedeutung: Welche Informationen werden wahrgenommen und welche nicht? Welche Informationen werden beurteilt und wenn ja, wie? Welches Wissen wird in den Äußerungen der Versuchspersonen (VPn) deutlich? Handelt es sich dabei um Sachwissen (semantisches Wissen) oder um Erinnerungen an persönliche Ereignisse (episodisches Wissen)? Welche Annahmen oder Erwartungen und welche Einstellungen äußern die VPn? Beurteilen die VPn die dargebotenen Informationen sachlich oder wertend (affektiv)? Fällt das Werturteil positiv oder negativ aus?

*(b) Für wie nützlich erachten Gäste diese Informationen bei der Menüwahl in der Betriebskantine?*

*(c) Welche Typen von Kantinegästen können in Bezug auf die Beurteilung der Haltungsinformationen unterschieden werden?*

*(d) Welche Empfehlungen lassen sich für die Kommunikation von ökologischer Schweine- und Hähnchenhaltung in der Betriebsgastronomie ableiten?*

*(e) Wie ist die Güte der Denke-Laut-Protokolle – insgesamt und in Bezug auf die Erhebung per Internetkonferenz – einzuschätzen?*

#### 3.2 Methodische Vorgehensweise

##### 3.2.1 Methode Lautes Denken

Bei der Methode Lautes Denken werden VPn aufgefordert, die Gedanken, die ihnen während der Bewältigung einer festgelegten Anforderung durch den Kopf gehen, laut auszusprechen (van Someren et al. 1994, S. xi, 25; Bromme 1996, S. 544). Dadurch kann Einblick in die während der Anforderungsbewältigung stattfindende Aufnahme und Verarbeitung von Informationen erhalten werden (Buber 2009, S. 558; Kroeber-Riel & Gröppel-Klein 2019, S. 318). Aus den Äußerungen können zudem das Wissen und die Herangehensweisen, die die VPn bei der Bearbeitung der Aufgabe anwenden, deutlich werden (van Someren et al. 1994, S. 1). Die Äußerungen der VPn werden als Protokolle Lauten Denkens, Denke-Laut-Protokolle oder Gedankenprotokolle bezeichnet. Denke-Laut-Protokolle haben den Vorteil, dass die Gedanken nicht interpretiert oder aufbereitet werden (van Someren et al. 1994, S. 25f).

Um die VPn mit dem Lauten Denken und der Aufgabenstellung vertraut zu machen, sollte zunächst eine Übung durchgeführt werden (Ericsson & Simon 1993, S. 82). In der Instruktion zur Aufgabe werden die VPn gebeten, die Aufgabe auszuführen und die Gedanken, die ihnen

dabei durch den Kopf gehen, laut auszusprechen (Ericsson & Simon 1993, S. 80; van Someren et al. 1994, S. 42). Die Gedanken sollen möglichst vollständig mitgeteilt und nicht erklärt werden (Ericsson & Simon 1993, S. xiv, 80f). Um zu vermeiden, dass der Gedankenverlauf der Versuchsperson (VP) beeinflusst wird, sollte sich die Versuchsleitung (VL) zurückziehen, sobald die VP an der Aufgabe arbeitet (van Someren et al. 1994, S. 41, 44). Die VL sollte nur dann eingreifen, wenn die VP aufhört zu reden (van Someren et al. 1994, S. 44). In diesem Fall sollte die VL die VP mit den Worten „Bitte denken Sie laut“ zum Fortsetzen des Lauten Denkens ermuntern (van Someren et al. 1994, S. 44). Im Anschluss an das Laute Denken sollte mit den VPn besprochen werden, wie sie die Situation erlebt haben (Buber 2009, S. 560f).

Das klassische Vorgehen bei der Anwendung der Methode Lautes Denken setzt voraus, dass VL und VP physisch in einem Versuchslabor (z.B. einem Seminarraum) anwesend sind (van Someren et al. 1994, S. 41f). In der vorliegenden Studie wurden die Protokolle Lautes Denkens online mittels eines Webkonferenztools (Cisco Webex) durchgeführt. Dieses Vorgehen ermöglichte es, die Denke-Laut-Protokolle trotz der Einschränkungen durch die Covid19-Pandemie zu erheben.

### **3.2.2 Vorstellung der Betriebskantinen und Rekrutierung der jeweiligen Versuchspersonen**

Um die vorgenannten Fragestellungen zu untersuchen, wurden mit Gästen aus der Betriebsgastronomie simultane Protokolle Lautes Denkens durchgeführt. Die VPn wurden aus zwei Betriebskantinen rekrutiert, wovon sich eines in Hamburg und eines in Berlin befand. Während die Kantine Hamburg von einer Bank in Eigenregie bewirtschaftet wurde, erfolgte die Bewirtschaftung der Kantine Berlin durch ein Cateringunternehmen in Fremdregie<sup>3</sup>. In der Betriebskantine Hamburg wurden 600 bis 650 und in der Kantine Berlin 400 bis 500 Essen pro Angebotstag ausgegeben<sup>4</sup>. In beiden Kantinen standen je Angebotstag jeweils vier Hauptgerichte zur Auswahl, davon zwei bis drei mit Fleisch oder Fisch. In der Kantine Berlin gab es zusätzlich einen Ausgabeschalter mit einem täglichen Snack-Angebot (z.B. Currywurst, Boulette, Pizza). Die Gäste der Kantine Hamburg bestanden laut Einschätzung des Betriebsleiters zu etwa 40 % aus Bankmitarbeitenden und zu etwa 60 % aus externen Personen aus umliegenden Büros. Die Kantine Berlin befand sich innerhalb eines Bürokomplexes, in dem verschiedene Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor (z.B. Immobilien-, IT-, Bank- und Versicherungswirtschaft, Postdienstleistungen) ansässig waren. Laut Einschätzung des Betriebsleiters setzten sich die Gäste zu etwa 90 % aus Mitarbeitenden des Bürokomplexes sowie zu etwa 10 % aus externen Gästen, wozu Mitarbeitende aus umliegenden Unternehmen, Schüler\*innen, Rentner\*innen sowie sonstige Laufkundschaft gehörten, zusammen.

---

<sup>3</sup> Bei einer Bewirtschaftung in Eigenregie stellt der Betrieb, in dem Personen gepflegt werden, die Gebäude, Geräte, Lebens- und Betriebsmittel sowie das Personal. Bei einer Fremdbewirtschaftung werden Gebäude, Geräte, Lebensmittel, Betriebsmittel und/oder das Personal extern bereitgestellt, z.B. durch ein Cateringunternehmen (Dasbach 2021, S. 130ff).

<sup>4</sup> Die Angaben zu den Kantinen basieren auf Auskünften der Betriebsleiter im Juni/Juli 2020 und beziehen sich auf die Zeit kurz vor Ausbruch der Covid-19-Pandemie.

Die Menüpreise in den Kantinen variierten je nach Gästegruppe. In der Kantine Hamburg lagen im Wesentlichen drei Preisgruppen vor: 6,95 € pro Menü für externe Gäste, 6,00 € für interne Gäste ohne Essensabonnement sowie 72 € pro Monat für interne Gäste mit Essensabonnement. Ein Menü bestand jeweils aus einem Hauptgericht und zwei Beilagen (Salat, Suppe, Dessert oder Obst). Der Preis für externe Gäste sowie für interne Gäste ohne Essensabonnement lag über dem Durchschnittsbö, den große Betriebsgastronomen in Eigenregie im Jahr 2019 in Deutschland erzielten (4,25 €) (Schmid & Reif 2020b, S. 28)<sup>5</sup>. Der Preis für interne Gäste mit Essensabonnement lag unter der Annahme einer täglichen Nutzung des Menüangebots (72 €/Monat : 18 Arbeitstage = 4 €/Menü) leicht unterhalb dieses Durchschnittsbö.

In der Kantine Berlin konnten Gäste, die einen Normalpreis in Höhe von 4,90 € bis 6,90 € pro Menü zahlten, und Gäste, die einen subventionierten Preis in Höhe von 3,40 € bis 5,40 € pro Menü zahlten, unterschieden werden. Ein Menü bestand aus einem Hauptgericht ohne Suppe und ohne Dessert. Je nach Gericht war es möglich, eine kleinere Portion zu einem niedrigeren Preis zu wählen. Der Preisbereich für die nicht subventionierten Menüs mit normaler Portionsgröße lag über dem Durchschnittsbö, den große Contract Caterer im Jahr 2019 in Deutschland erzielten (4,15 €) (Schmid & Reif 2020a, S. 30)<sup>6</sup>. Der Preisbereich der subventionierten Menüs schwankte rund um diesen Durchschnittsbö.

Mit Ausnahme von losem Öko-Obst (Kantine Hamburg) und einer Öko-Getränkemarke (Kantine Berlin) wurden Öko-Zutaten nach Aussage der Betriebsleiter bisher in keiner der beiden Kantinen ausgelobt. In der Kantine Hamburg wurde Schweinefleisch der Marke „Susländer“ eingesetzt und auf dem Speiseplan als solches gekennzeichnet<sup>7</sup>. Darüber hinaus stellten die beiden Kantinen ihren Gästen bisher keine Informationen darüber zur Verfügung, wie die Tiere, deren Fleisch in den Gerichten eingesetzt wurde, gehalten wurden.

Um die VPn zu rekrutieren, wurde unter den Gästen der beiden Betriebskantinen zunächst ein Onlinefragebogen verteilt. Da in der Kantine Hamburg zum Zeitpunkt der Datenerhebung infolge der Covid-19-Pandemie keine externen Gäste zugelassen waren, beschränkte sich die Rekrutierung auf die Mitarbeitenden der Bank. Diese wurden mittels einer kurzen Intranetmeldung auf die Untersuchung aufmerksam gemacht und hatten die Möglichkeit, über den in der Meldung angegebenen Internetlink an der Rekrutierungsbefragung teilzunehmen. In der Kantine Berlin war es aufgrund der Fremdbewirtschaftung der Kantine und aufgrund der verschiedenen Unternehmenszugehörigkeiten der Gäste nicht möglich, den Umfragelink mittels des Intranets bekanntzugeben. Die Gäste wurden stattdessen durch Visitenkarten, welche an der Essensausgabe verteilt wurden, Plakate sowie Tischaufsteller auf die Studie aufmerksam

---

<sup>5</sup> Berechnung durch die Fachzeitschrift gv-praxis auf Basis von Selbstauskünften von 38 Unternehmen mit mind. 0,8 Mio. € Nettoumsatz aus der Betriebsgastronomie ohne Subventionen im Jahr 2019 (Geschäftsjahre zum Teil abweichend) (Schmid & Reif 2020b, S. 27, 31).

<sup>6</sup> Berechnung durch die Fachzeitschrift gv-praxis auf Basis von Selbstauskünften von 33 Catering-Unternehmen mit mind. 10,4 Mio. € Nettoumsatz im Jahr 2019 (Geschäftsjahre zum Teil abweichend). Die Unternehmen waren meist auch in anderen Segmenten wie Seniorenheimen, Kliniken, Kindertagesstätten und Mensen tätig. Drei der Unternehmen waren nicht im Bereich der Betriebsgastronomie tätig. Die 33 Unternehmen erwirtschafteten im Durchschnitt 56,4 % ihres Gesamtumsatzes im Sektor Betriebsgastronomie (Schmid & Reif 2020a, S. 18ff).

<sup>7</sup> „Susländer“ Schweinefleisch umfasst laut Produkthomepage die Merkmale „keine Antibiotika“, „natürlich gewachsen in Schleswig-Holstein“ und „ohne chemische Zusätze“ (sus agnatum 2021).

gemacht und konnten über den aufgedruckten QR-Code und den angegebenen Internetkurzlink zum Rekrutierungsfragebogen gelangen<sup>8</sup>. Auf den Kommunikationsmaterialien wurde nicht erwähnt, dass es in der Untersuchung um Fleisch aus ökologischer Tierhaltung geht. Auch wurden nur die Universität Kassel und das Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing genannt, nicht aber der Fachbereich „Ökologische Agrarwissenschaften“.

Im Fragebogen wurden zunächst die Voraussetzungen abgeprüft, die die VPn für eine Teilnahme an der Erhebung erfüllen mussten. Diese umfassten:

- mindestens einmal pro Monat Nutzung des Angebots zur Mittagsverpflegung in der Betriebskantine
- Mitarbeitender in einem Unternehmen/einer Einrichtung, deren Beschäftigte durch die Betriebskantine verpflegt werden (keine Rentner\*innen, Schüler\*innen, Tourist\*innen oder sonstige Privatpersonen)
- zumindest gelegentlich Konsum von Schweine- und Hähnchenfleisch, z.B. in der Betriebskantine, zu Hause, bei Freunden oder in anderen Restaurants
- kein Ausüben einer landwirtschaftlichen Tätigkeit<sup>9</sup>
- kein Leben oder Aufwachsen auf einem landwirtschaftlichen Betrieb
- kein beruflicher Bezug zur Marktforschung<sup>10</sup>
- Alter zwischen 18 und 67 Jahre (Personen im erwerbstätigen Alter)
- Geschlecht männlich oder weiblich<sup>11</sup>

Personen, die sich anhand dieser Kriterien als geeignet für die Studie herausstellten, wurden über die Rahmenbedingungen der Untersuchung informiert. Dabei handelte es sich um Angaben zum Inhalt (Darbietung von Fleischmenüs auf dem Bildschirm, die mit bestimmten Informationen gekennzeichnet sind; lautes Aussprechen der dazu aufkommenden Gedanken), zur Art der Durchführung (Internetkonferenz), zu den technischen Voraussetzungen (internetfähiges Endgerät wie Notebook oder Tablet, kein Smartphone; Mikrofon und Lautsprecher, Webcam wird nicht genutzt), zu den Umgebungsbedingungen (Aufenthalt in einer ruhigen Umgebung), zum Erhebungszeitraum, zur zeitlichen Dauer (etwa 1 Stunde Zeit einplanen), zum Incentive (Essensgutschein für die Betriebskantine), zum Erhalt weiterer Informationen zu den technischen Anforderungen und zum Datenschutz per E-Mail sowie zur Option, sich auch nach Versand der Termineinladung gegen eine Teilnahme an der Befragung entscheiden zu können. Personen, die sich eine Studienteilnahme unter den genannten Umständen vorstellen konnten, hatten sodann die Möglichkeit, im angesetzten Untersuchungszeitraum zwei Terminvorschläge für die Durchführung der Erhebung anzugeben. Geeigneten und teilnahmebereiten Personen sendete der Untersuchungsleiter eine Termineinladung per E-Mail zu, in der der Link

---

<sup>8</sup> Der Betriebsleiter hat darüber hinaus in der dritten Woche des Rekrutierungszeitraums den Teilnahmeaufruf und den Fragebogenlink in eine E-Mail gesetzt, mit der er regelmäßig den Speiseplan an einige der Mieterunternehmen des Bürokomplexes versendet. In einer Folge-E-Mail habe er nochmals an die Befragung erinnert.

<sup>9</sup> Frageformulierung: Sind Sie, z.B. nebenberuflich, in der Landwirtschaft tätig oder war dies in der Vergangenheit schon einmal der Fall?

<sup>10</sup> Frageformulierung: Befassen Sie sich in Ihrem Haupt- oder Nebenberuf mit Marktforschung?

<sup>11</sup> Aus Datenschutzgründen wurden weitere Geschlechter von der Erhebung ausgeschlossen.

zur Internetkonferenz, eine Anleitung zur Konferezeinwahl sowie Informationen zum Datenschutz enthalten waren.

Die Stichprobe sollte 24 VPn umfassen und entsprechend der Anzahl der in den beiden Betriebskantinen täglich ausgegebenen Essen zu etwa 60 % aus Gästen der Kantine Hamburg und zu etwa 40 % aus Gästen der Kantine Berlin zusammengesetzt sein. Da weder zur Altersverteilung noch zum Geschlechterverhältnis der Gäste in den beiden Kantinen verlässliche Daten vorlagen, orientierte sich die Auswahl der VPn in Bezug auf diese Kriterien am Rücklauf des Rekrutierungsfragebogens. In der Kantine Hamburg füllten mehr als doppelt so viele Personen (107) den Rekrutierungsfragebogen aus als in der Kantine Berlin (44), obwohl dieser in der Kantine Berlin mit rund 6 Wochen weitaus länger zugänglich war als in der Kantine Hamburg (1 Woche). Von den Gästen, die den Fragebogen beantworteten, erfüllten 75 % (Hamburg) bzw. 66 % (Berlin) die Teilnahmevoraussetzungen. Während in der Kantine Hamburg 48 % dieser Befragten bereit waren, an der Erhebung teilzunehmen, waren es in Berlin nur 35 %. Infolge dieser Unterschiede konnte anstatt des angestrebten Versuchspersonenverhältnisses von 40 % (Berlin) zu 60 % (Hamburg) nur ein Verhältnis von rund 30 % (sieben VPn, Berlin) zu 70 % (17 VPn, Hamburg) erreicht werden.

Tabelle 1 zeigt, wie sich die Stichprobe in Bezug auf das Alter, das Geschlecht und die Kantinezugehörigkeit der VPn zusammensetzte. Insgesamt 10 VPn gehörten den beiden jüngeren Altersgruppen und 10 VPn den beiden älteren Altersgruppen an. Die Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen war in der Stichprobe am stärksten vertreten (neun VPn), gefolgt von der Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen (sieben VPn). Aus der Altersgruppe der 60- bis 67-Jährigen dagegen war nur eine Person in der Stichprobe vertreten. In der Kantine Berlin verteilten sich die VPn mit einer Ausnahme ausschließlich auf die beiden jüngeren Altersgruppen. In der Kantine Hamburg nahmen Personen aus allen in der Erhebung berücksichtigten Altersgruppen teil, wenngleich aus der jüngsten und der ältesten Altersgruppe nur jeweils eine Person eingeschlossen war. Knapp zwei Drittel der VPn war männlich, etwas mehr als ein Drittel weiblich. Während in der Kantine Hamburg überwiegend männliche VPn in der Stichprobe vertreten waren, nahmen in der Kantine Berlin mehr weibliche als männliche Personen an der Erhebung teil. Im Vergleich zu allen anderen Gruppen waren 50- bis 59-jährige Männer aus der Kantine Hamburg besonders häufig in der Stichprobe vertreten.

**Tabelle 1: Zusammensetzung der Stichprobe nach Altersgruppe, Geschlecht und Kantinezugehörigkeit**

Kantine	Geschlecht	18-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-67 Jahre	Summe
Hamburg	männlich	0	2	2	7	1	12
	weiblich	1	1	2	1	0	5
	<b>Summe</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>17</b>
Berlin	männlich	0	2	0	1	0	3
	weiblich	2	2	0	0	0	4
	<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>7</b>
<b>Summe gesamt</b>		<b>3</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>24</b>

Quelle: Eigene Erhebung

### 3.2.3 Aufbau und Ablauf der Untersuchung

Das Vorgehen während der Untersuchung sowie die mündlichen Anweisungen des Versuchsleiters (VLs) an die VPn wurden in einem Erhebungsleitfaden festgehalten. Ablauf, Inhalt der Untersuchung und/oder die technische Funktionalität wurden vor Beginn der Datenerhebung mit insgesamt sechs Personen getestet. Als Folge der Ergebnisse des Pretests wurde die Internetkonferenzanwendung gewechselt und der Untersuchungsaufbau wurde geringfügig angepasst. Die Untersuchung wurde in die folgenden Schritte eingeteilt:

1. Einleitung
2. Übung
3. Lautes Denken zu Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung
4. Leitfadeninterview
5. Abschlussfragebogen
6. Abschluss

**Einleitung:** Die Erhebungsphase begann damit, dass sich der VL einige Minuten vor Beginn des mit der VP vereinbarten Termins in die Internetkonferenz einwählte, sein Webcambild aktivierte, die vorbereitete Präsentation im Präsentationsmodus startete und mittels Bildschirmfreigabe für den Konferenzteilnehmenden sichtbar machte. Aufgelegt war dabei zunächst eine Folie mit der Botschaft „Herzlich Willkommen zur Studie ‚Fleischmenüs in der Betriebsgastroonomie‘“ und dem Logo der Universität Kassel. Darüber hinaus prüfte der VL, ob der sogenannte „Integritätsstatus“ der Webkonferenzanwendung mit „gut“ bezeichnet wurde<sup>12</sup>. Der VL notierte das Ergebnis der Statusabfrage wie auch das Ergebnis weiterer Abfragen auf einem vorbereiteten Dokumentationsbogen.

Sobald die VP der Konferenz beigetreten war, begrüßte der VL diese und klärte, je nach Situation, einige organisatorische Aspekte ab. Hierzu gehörten die Behebung von Audioproblemen (falls aufgetreten), die Aufforderung an die VP, ihre Webcam auszuschalten (falls aktiviert) und das Nachfordern der Einwilligungserklärung (falls noch nicht von der VP übermittelt). Des Weiteren fragte der VL ab, mit welchem Endgerät sich die VP in die Webkonferenz eingewählt hatte. Damit sollte sichergestellt werden, dass die VP wie gefordert ein Notebook, ein Tablet oder einen Desktop-Computer nutzte und somit die im Rahmen der Untersuchung dargebotenen Inhalte ausreichend groß dargestellt werden konnten. Da einige VPn nicht wie gewünscht mit dem Namen „Gast“, sondern mit ihrem Klarnamen oder einer unternehmensinternen Kennnummer in der Konferenz angemeldet waren, wurden diese Personen gebeten, sich erneut einzuwählen und dabei den Namen zu korrigieren. Wie sich herausstellte, war diese Korrektur für einige VPn nicht ohne Weiteres möglich, sodass im weiteren Verlauf der Untersuchung in den entsprechenden Fällen auf eine Namensänderung verzichtet wurde.

Die genutzte Internetkonferenzanwendung Cisco Webex war zum Zeitpunkt der Untersuchung in den Varianten „Desktop App“ und „Browser App“ verfügbar, wobei es den VPn überlassen

---

<sup>12</sup> Der Integritätsstatus gibt an, ob Probleme vorliegen, die die Konferenzqualität beeinträchtigen können (Cisco 2019).



war, mit welcher sie sich in die Konferenz einwählten. Da den VPn im Verlauf der Untersuchung bestimmte Anweisungen gegeben wurden und da sich die beiden Anwendungen in der Menüführung unterschieden, erkundigte sich der VL bei der VP über die genutzte Variante (erkennbar über das Vorhandensein der Menüleiste am oberen Bildrand). Der VL leitete die VP nun dabei an, ihrerseits den sogenannten „Integritätsstatus“ der Konferenz abzufragen. Anschließend bat er die VP, die Audioqualität der Konferenz in Schulnoten von eins (sehr gut) bis fünf (mangelhaft) einzuschätzen und bewertete diese außerdem aus seiner eigenen Sicht. Um mögliche Störungen der Untersuchungssituation in der räumlichen Umgebung der VP zu vermeiden, fragte der VL die VP nach solchen Störfaktoren und danach, wie diese reduziert werden könnten (z.B. Telefon auf lautlos stellen, Bürotür schließen). Des Weiteren bat der VL die VP, die Anzeigequalität der freigegebenen PowerPoint-Folie ebenfalls in Schulnoten von eins bis fünf einzuschätzen. Wenn sich die technische Qualität in allen abgefragten Punkten als hinreichend erwiesen hatte, informierte der Untersuchungsleiter die VP kurz über den Ablauf der Erhebung und startete die Aufzeichnung des Tons und des Bildschirminhalts.

**Übung:** In der nun folgenden Übung sollte die VP zum einen mit der Webkonferenzanwendung und zum anderen mit der Untersuchungssituation sowie der Aufgabenstellung vertraut gemacht werden. Zunächst wurde die VP dabei angeleitet, die Ansicht im Vollbildmodus darzustellen sowie das gegebenenfalls noch über dem Vollbild befindliche Fenster mit dem Webcambild des Untersuchungsleiters an den oberen Bildrand zu verschieben und einzuklappen. Der Untersuchungsleiter schaltete sein Webcambild zusätzlich aus. Falls sich über dem Vollbild noch weitere Fenster befanden, wurde die VP gebeten, diese zu schließen. Außerdem wurde die VP darüber informiert, wie die Ansicht bei Bedarf vergrößert oder verkleinert werden konnte. Mit diesen Maßnahmen sollte zum einen sichergestellt werden, dass die in der Untersuchung dargebotenen Inhalte für die VPn in ausreichender Größe dargestellt wurden und nicht durch andere Fenster verdeckt waren. Zum anderen sollte dadurch deutlich gemacht werden, dass sich der VL im Hintergrund hielt und soziale Interaktion nicht gewünscht war.

Als nächstes leitete der Untersuchungsleiter die VP in die Übungsaufgabe ein. Diese bestand aus einer Abbildung, die ein Angebot für ein technisches Produkt (Übung A: Notebook, Übung B: Fernseher) mit einem Prüfzeichen (Übung A: GS-Zeichen, Übung B: CE-Kennzeichen) enthielt. Rechts neben dem Produktangebot wurden Merkmale des technischen Prüfzeichens in Textform aufgeführt. Der Aufbau der Abbildungen entsprach dem der Abbildungen in Aufgabenblock B der Hauptaufgabe. Die VP wurde gebeten, alle Gedanken, die ihr bei der Betrachtung der dargebotenen Informationen durch den Kopf gingen, laut auszusprechen. Außerdem wurde sie dazu aufgefordert, Text, den sie las, laut vorzulesen. Die VP sollte ihre Gedanken möglichst ununterbrochen laut aussprechen, und zwar, ohne sie zuvor zu ordnen, sie besonders verständlich wiedergeben zu wollen oder sie zu erklären. Die VP sollte sich darüber hinaus vorstellen, allein zu sein und mit sich selbst zu sprechen. Die Abbildung konnte so lange betrachtet werden, wie die Person Gedanken dazu hatte. Der VL wies des Weiteren darauf hin, dass nicht die VP selbst, sondern die dargebotenen Informationen getestet wurden<sup>13</sup>. Nachdem er die Aufgabenstellung verlesen hatte, wechselte der VL zur Folie mit der ersten

---

<sup>13</sup> Die Instruktion zum Lauten Denken kann Anhang 1 entnommen werden.

Übungsaufgabe und die VP begann mit ihrer Bearbeitung. Im Falle von längeren Sprechpausen (rund 10 Sekunden) erinnerte der VL die VP daran, laut zu denken. Las eine VP Text nicht oder nur teilweise vor, erinnerte der VL sie an das laute Lesen. Nachdem die VP die Übungsaufgabe beendet hatte, gab der VL dieser eine Rückmeldung. Sofern relevant, wies er die VP nochmals auf das möglichst ununterbrochene und vollständige Aussprechen der Gedanken, das laute Lesen von Text oder das Vermeiden des Erklärens und Ordnen der Gedanken hin. Bezog sich dieser Hinweis nicht nur auf eine getätigte Teiläußerung, sondern hatte der VL vielmehr den Eindruck, dass die VP das Vorgehen beim Lauten Denken im Allgemeinen noch nicht verinnerlicht hatte, dann wurde der VP eine weitere Übungsaufgabe (Übung B) vorgelegt. Andernfalls ging der VL direkt zur Hauptaufgabe über.

### **Lautes Denken zu Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung:**

Die Hauptaufgabe bestand darin, Gedanken zu 12 Abbildungen, die in vier Aufgabenblöcke A bis D unterteilt waren, laut zu äußern. Alle Abbildungen zeigten einen Speiseplan, der die Bezeichnung eines Öko-Fleischmenüs, das deutsche Bio-Siegel sowie die Nummer einer Öko-Kontrollstelle enthielt<sup>14</sup>. Die Aufgabenblöcke B bis D enthielten zusätzlich Informationen zur Öko-Tierhaltung, die entweder in Textform (Block B), Bildform (Block C) oder in Form eines persönlichen Zitats (Block D) dargeboten wurden. Tabelle 2 gibt einen Überblick darüber, aus welchen Informationen sich die jeweilige Abbildung zusammensetzte<sup>15</sup>. Die genaue Formulierung der in den Blöcken B und D präsentierten Haltungsinformationen kann den Tabellen 3 und 4 entnommen werden.

Die Angaben zur Öko-Tierhaltung in Textform wurden in der neuen, ab dem 01.01.2022 gültigen EU-Öko-Verordnung (VO (EU) 2018/848), in der zugehörigen Durchführungsverordnung (EU) 2020/464 sowie auf dem Informationsportal oekolandbau.de recherchiert<sup>16</sup>. Dabei wurden Handlungsmerkmale ausgewählt, die Verbraucher\*innen in anderen Studien als relevant beurteilt hatten (z.B. Janssen et al. 2016, Wägeli et al. 2016, Heid & Hamm 2013, Möstl & Hamm 2016). Die Bilder für Block C wurden in landwirtschaftlichen Bilddatenbanken recherchiert und sollten folgende Anforderungen erfüllen: (a) Die Bilder sollten sachlich-neutral sein; (b) Die Tiere sollten in ihrer realen Haltungsumgebung abgebildet sein; (c) Auf dem Bild sollten der Stall und der Auslauf erkennbar sein, wobei der Auslauf im Fokus stehen sollte. Die gezeigten Bilder können in den Abbildungen 3 und 4 eingesehen werden. Die

---

<sup>14</sup> Das EU-Öko-Siegel darf im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung nicht verwendet werden. Zum Zeitpunkt der Erhebung konnten Verpflegungseinrichtungen, die Öko-Lebensmittel einsetzen und ausloben wollten, das deutsche Bio-Siegel zur Kennzeichnung nutzen. Die Kontrollstellenummer musste ausgewiesen oder das aktuelle Öko-Zertifikat musste im Gastraum ausgestellt werden (BLE 2021b). Mit Inkrafttreten der neuen Bio-AHV-Verordnung (Bio-AHVV) im Herbst 2023 kommt es zu Änderungen bei der Öko-Auslobung, vgl. Kapitel 6.

<sup>15</sup> In den Abbildungen wurde der Begriff „Bio“ anstelle von „Öko“ verwendet, da der Begriff „Bio“ das zentrale Element im abgebildeten deutschen Bio-Siegel darstellt und von Verbraucher\*innen häufig im alltäglichen Sprachgebrauch verwendet wird. Die Bezeichnung „EG-Öko-Verordnung“ ist ebenfalls Bestandteil des Bio-Siegels, weshalb auf den Abbildungen durchgängig der Begriff „EG-Öko-Verordnung“ verwendet wurde. Im Text dieser Arbeit wird orientierend an der Schreibweise staatlicher Stellen der Begriff „Öko“ verwendet, mit Ausnahme von feststehenden Begriffen wie dem deutschen Bio-Siegel.

<sup>16</sup> Das Inkrafttreten der neuen EU-Öko-Verordnung wurde im Oktober 2020 vom 01.01.2021 auf den 01.01.2022 verschoben (BMEL 2020).

Abbildungen 1, 2 und 5 zeigen darüber hinaus jeweils ein Folienbeispiel aus den Aufgabenblöcken A, B und D.

Die Aufgabenstellung der Hauptaufgabe entsprach derjenigen aus der Übung und wurde vor Beginn der Hauptaufgabe erneut verlesen. Die Abbildungen wurden den VPn nacheinander vorgelegt. Der VL forderte die VP dazu auf, ihm mitzuteilen, wenn sie die Aufgabe beendet hatte, sodass der VL daraufhin zur nächsten Folie wechselte. Zwischen jeder Abbildung befand sich eine graue Übergangsfolie, die der VL für rund drei Sekunden anzeigte, bevor er zur nächsten Abbildung weiterblättert. Mit diesem Vorgehen sollte erreicht werden, dass die VP den Wechsel zur nächsten teils sehr ähnlich aussehenden Folie bemerkte. Wenn eine VP Text nicht oder nur teilweise vorlas, wurde sie an das laute Lesen erinnert.

Die Reihenfolge der Abbildungen innerhalb eines Aufgabenblocks variierte zwischen den VPn. Ebenso variierte die Reihenfolge der Aufgabenblöcke B bis D zwischen den VPn. Aufgabenblock A (Speiseplan ohne Haltungsinformationen) hingegen wurde allen VPn zuerst vorgelegt, um mögliche Assoziationen mit der Öko-Auslobung unbeeinflusst von den im weiteren Verlauf der Untersuchung dargebotenen Haltungsinformationen erfassen zu können. Insgesamt waren somit sechs Block-Kombinationen (ABCD, ABDC, ACBD, ACDB, ADBC, ADCB) möglich, wobei jede dieser Kombinationen viermal innerhalb der Studie verwendet wurde. Die Abfolge der einzelnen Abbildungen hingegen wiederholte sich innerhalb der Studie nicht, sondern war für jede VP verschieden.

**Tabelle 2: Zusammensetzung der Abbildungen**

Block	Abb.	Tierart	Menü-Bezeichnung	Haltungsinformation
A	AS	Schwein	Menü mit Bio-Schweinefleisch	ohne
A	AH	Hähnchen	Menü mit Bio-Hähnchenfleisch	ohne
B	BSa	Schwein	Menü mit Bio-Schweinefleisch	Text: Einstreu/Bodenbeschaffenheit, Auslauf, Platzangebot
B	BSb	Schwein	Menü mit Bio-Schweinefleisch	Text: Bio-Futter, Futtermittelherkunft, Krankheitsprävention, Antibiotika, Ferkelkastration
B	BHa	Hähnchen	Menü mit Bio-Hähnchenfleisch	Text: Einstreu/Bodenbeschaffenheit, Auslauf, Platzangebot
B	BHb	Hähnchen	Menü mit Bio-Hähnchenfleisch	Text: Bio-Futter, Futtermittelherkunft, Mastdauer, Krankheitsprävention, Antibiotika
C	CSa	Schwein	Bio-Schweineschnitzel	Bild: Bio-Mastschweine im Auslauf
C	CSbH	Schwein	Frikadelle vom Bio-Schwein	Bild: Bio-Mastschweine im Auslauf
C	CSbB	Schwein	Boulette vom Bio-Schwein	Bild: Bio-Mastschweine im Auslauf
C	CHa	Hähnchen	Bio-Hähnchenbrustfilet	Bild: Bio-Masthähnchen im Auslauf
C	CHb	Hähnchen	Bio-Hähnchengeschnetzeltes	Bild: Bio-Masthähnchen im Auslauf
D	DSa	Schwein	Menü mit Bio-Schweinefleisch	Zitat: Aussage zur Tierhaltung durch Landwirt
D	DSb	Schwein	Menü mit Bio-Schweinefleisch	Zitat: Aussage zur Tierhaltung durch Küchenchef

Abbildung CSbH (CSbB) wurde nur Gästen aus der Kantine Hamburg (Berlin) vorgelegt.

Quelle: Eigene Erhebung

**Tabelle 3: Formulierung der Haltungsinformationen in Aufgabenblock B**

Haltungsinformation	Schwein	Hähnchen
Einstreu/Bodenbeschaffenheit	Haltung auf Stroh oder anderem Naturmaterial; max. 50% der Stallfläche Spaltenboden	Haltung auf Stroh, Holzspänen, Sand oder Torf; max. 2/3 der Stallfläche Spaltenboden/ Gitterroste
Auslauf	ständiger Zugang zu einem Auslauf	während mind. 1/3 der Lebensdauer uneingeschränkter Zugang zu Freige-lände
Platzangebot	Stall- und Außenfläche je nach Körpergewicht mind. 1,0 bis 2,7 m <sup>2</sup> pro Tier	max. 10 Tiere pro m <sup>2</sup> Stallfläche, mind. 4 m <sup>2</sup> Außenfläche pro Tier (Mobilställe abweichend)
Bio-Futter	Fütterung mit 100% Bio-Futtermitteln (bei Ferkeln bis zu 5% nicht-biologisches Futter möglich)	Fütterung mit 100% Bio-Futtermitteln (bei Junggeflügel bis zu 5% Nicht-Bio-Futter möglich)
Futtermittelherkunft	mind. 30% der Futtermittel stammen vom eigenen Betrieb oder aus regionaler Betriebskooperation	mind. 30% der Futtermittel stammen vom eigenen Betrieb oder aus regionaler Betriebskooperation
Mastdauer	keine Angabe	Einsatz langsam wachsender Rassen oder Mindestalter bei Schlachtung von 81 Tagen
Krankheitsprävention	Krankheitsvorbeugung u.a. durch geeignete Tierrassen, hochwertige Futtermittel und Auslauf	Krankheitsvorbeugung u.a. durch geeignete Tierrassen, hochwertige Futtermittel und Auslauf
Antibiotika	Krankheitsbehandlung mit Antibiotika möglich, wenn andere Mittel nicht geeignet sind	Krankheitsbehandlung mit Antibiotika möglich, wenn andere Mittel nicht geeignet sind
Ferkelkastration	Ferkelkastration zulässig	keine Angabe

Quelle: Eigene Erhebung

**Tabelle 4: Formulierung der Haltungsinformationen in Aufgabenblock D**

Landwirt	Küchenchef
<p>„In unserem Betrieb arbeiten wir Tag für Tag daran, dass es unseren Tieren gut geht. Daher haben wir uns bereits vor vielen Jahren dazu entschieden, den Betrieb nach den Richtlinien der EG-Öko-Verordnung zu bewirtschaften. Unsere Schweine haben besonders viel Platz, werden auf Stroh gehalten und haben ständig Zugang zu einem Auslauf.“</p> <p>Dieter Schmidt, Bio-Landwirt und Schweinehalter</p>	<p>„Das Wohlergehen der Tiere in der Landwirtschaft ist für unser Betriebsrestaurant ein wichtiger Aspekt. Deshalb setzen wir Bio-Schweinefleisch ein. Bio-Schweine haben unter anderem mehr Platz im Stall, werden auf Stroh oder anderem Naturmaterial gehalten und haben ständig Zugang zu einem Auslauf.“</p> <p>Stefan Schulz, Küchenchef</p>

Quelle: Eigene Erhebung

Bitte betrachten Sie die Informationen und sprechen Sie alle Gedanken laut aus, die Ihnen dazu durch den Kopf gehen.



Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 1: Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock A**

Bitte betrachten Sie die Informationen und sprechen Sie alle Gedanken laut aus, die Ihnen dazu durch den Kopf gehen.



**Merkmale der Bio-Masthähnchenhaltung nach EG-Öko-Verordnung sind unter anderem:**

- Haltung auf Stroh, Holzspänen, Sand oder Torf; max. 2/3 der Stallfläche Spaltenboden/ Gitterroste
- während mind. 1/3 der Lebensdauer uneingeschränkter Zugang zu Freigelände
- max. 10 Tiere pro m<sup>2</sup> Stallfläche, mind. 4 m<sup>2</sup> Außenfläche pro Tier (Mobilställe abweichend)

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 2: Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock B**

Bitte betrachten Sie die Informationen und sprechen Sie alle Gedanken laut aus, die Ihnen dazu durch den Kopf gehen.

### Speiseplan

*Mittagsgericht heute*

Bio-Schweineschnitzel



DE-ÖKO-039



Bio-Mastschweine im Auslauf

Quellen: Eigene Erhebung; Foto: Landpixel.de

**Abbildung 3:** Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock C mit dem Bild „Bio-Mastschweine im Auslauf“

Bitte betrachten Sie die Informationen und sprechen Sie alle Gedanken laut aus, die Ihnen dazu durch den Kopf gehen.

### Speiseplan

*Mittagsgericht heute*

Bio-Hähnchenbrustfilet



DE-ÖKO-039



Bio-Masthähnchen im Auslauf

Quellen: Eigene Erhebung; Foto: agrarfoto.com

**Abbildung 4:** Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock C mit dem Bild „Bio-Masthähnchen im Auslauf“

Bitte betrachten Sie die Informationen und sprechen Sie alle Gedanken laut aus, die Ihnen dazu durch den Kopf gehen.



*„Das Wohlergehen der Tiere in der Landwirtschaft ist für unser Betriebsrestaurant ein wichtiger Aspekt. Deshalb setzen wir Bio-Schweinefleisch ein. Bio-Schweine haben unter anderem mehr Platz im Stall, werden auf Stroh oder anderem Naturmaterial gehalten und haben ständig Zugang zu einem Auslauf.“*

Stefan Schulz, Küchenchef

Quelle: Eigene Erhebung

#### **Abbildung 5: Beispiel einer Abbildung aus Aufgabenblock D**

**Leitfadeninterview:** Nachdem eine VP das Laute Denken zur letzten vorgelegten Abbildung beendet hatte, deaktivierte der VL die Desktop-Freigabe und aktivierte seine Kamera<sup>17</sup>. Der VL stellte der VP nun mehrere Leitfragen. Diese bezogen sich auf das Erleben und die Bekanntheit des Lauten Denkens, mögliche Beeinträchtigungen des Denkens durch die Experimentsituation, die Erfahrung mit der Durchführung von Webkonferenzen, die Bekanntheit der dargebotenen Informationen zur Öko-Tierhaltung, die potenzielle Wahl des Lieblings-Fleischgerichts in Öko-Qualität in der Kantine, die Verfügbarkeit von Informationen zur Tierhaltung in der Kantine, das übliche Vorgehen beim Informieren über das Essensangebot, den Zeitpunkt der Menüentscheidung sowie mögliche Einflüsse auf die Menüwahl. Darüber hinaus forderte der VL die VP erneut auf, die Qualität der Bildschirmfreigabe sowie die Audioqualität in Schulnoten von eins bis fünf zu bewerten und beurteilte dies zudem aus seiner eigenen Sicht.

**Abschlussfragebogen:** Der VL beendete die Aufzeichnung des Tons sowie des Bildschirm-inhalts und teilte dies der VP mit. Außerdem schaltete der VL erneut seine Kamera aus. Die VP wurde nun gebeten anzugeben, wie häufig sie in ihrer Betriebskantine das Angebot zur Mittagsverpflegung wahrnahm, wie häufig sie insgesamt, also auch außerhalb der Betriebskantine, Fleisch verzehrte, wie häufig sie Öko-Lebensmittel einkaufte sowie welchen höchsten Bildungsabschluss sie besaß. Die Fragen und Antwortoptionen wurden am Bildschirm angezeigt und der VL verzeichnete die Antworten der VP auf dem vorbereiteten Dokumentationsbogen.

**Abschluss:** Der VL schaltete seine Kamera wieder ein und erkundigte sich bei der VP nun abschließend nach Aspekten, die bisher nicht angesprochen wurden, die diese aber gerne noch anführen wollte. Wenn VPn hierzu etwas äußerten, dann notierte der VL diese

<sup>17</sup> Die Kamera der VP blieb weiterhin deaktiviert.



Anmerkungen auf dem Dokumentationsblatt. Anschließend dankte der VL der VP für die gute Mitarbeit und ließ ihr per E-Mail einen Gutschein für vier Mittagessen in ihrer Betriebskantine zukommen. Der VL verabschiedete die VP und beendete die Webkonferenz.

Nach Abschluss der Erhebung wurden die Tonaufzeichnungen anonymisiert, indem die Stimmen mittels eines Audibearbeitungsprogramms verfremdet wurden. Sofern auf der Aufzeichnung des Bildschirminhalts personenbezogene Informationen wie die Anfangsbuchstaben des Vor- und Nachnamens der VP enthalten waren, wurden die betreffenden Bereiche der Aufnahme mittels eines Videobearbeitungsprogramms geschwärzt.

Die Erhebungen fanden in Abhängigkeit von der Verfügbarkeit der VPn zu unterschiedlichen Tageszeiten statt. Die Studienteile „Übung“, „Lautes Denken“ und „Leitfadeninterview“ dauerten zusammengenommen im Durchschnitt 26,2 min. Das Maximum lag bei 45,9 min, das Minimum bei 19,4 min. Die VPn dachten im Durchschnitt 13,9 min laut zu den dargebotenen Informationen (Maximum 29,3 min, Minimum 7,7 min). Für das Leitfadeninterview wurden im Durchschnitt 9,4 min aufgewendet (Maximum 19,0 min, Minimum 6,4 min)<sup>18</sup>. Zu jeder Erhebung kamen noch etwa 10 bis 15 min für die Einleitung, den Abschlussfragebogen sowie den Abschluss hinzu.

### 3.2.4 Datenauswertung

Im ersten Auswertungsschritt wurden die aufgezeichneten Verbalisierungen der VPn transkribiert und die jeweils dargebotenen Abbildungen wurden in den Transkripten vermerkt. Die Transkriptionsregeln orientierten sich am Regelsystem für die semantisch-inhaltliche Transkription nach Dresing & Pehl (2018, S. 20ff). Einige dieser Regeln wurden angepasst und ergänzt und alle Regelungen wurden in einem Transkriptionsleitfaden festgehalten<sup>19</sup>. Eine studentische Hilfskraft transkribierte die Protokolle Lauten Denkens auf Basis des Transkriptionsleitfadens. Der Erhebungsteil des Lauten Denkens wurde anschließend mittels qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet. Konkret wurde die Technik der Strukturierung mit einem nominalen und einem ordinalen Kategoriensystem nach Mayring (2022) angewendet. Im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse wurde ein Kategoriensystem mit drei Ebenen erarbeitet, dessen Kategorien sowohl induktiv als auch deduktiv entwickelt wurden. Die Kategoriendefinitionen wurden während des Kodierprozesses fortlaufend präzisiert und zusammen mit Ankerbeispielen in einem Kodierleitfaden festgehalten.

*Ebene 1* des Kategoriensystems bestand aus thematischen Kategorien, die sich aus den dargebotenen Informationen ableiteten, sowie aus sonstigen Kategorien. Den thematischen Kategorien wurden Äußerungen zugeordnet, die sich beispielsweise auf das abgebildete Bio-Siegel (Aufgabenblöcke A bis D), das benannte Platzangebot für die Tiere (Blöcke B und D), die abgebildeten Tiere (Block C) oder auf den Sender der Kommunikationsbotschaft (Block D) bezogen. Sonstige Kategorien umfassten z.B. Anmerkungen der VPn zur Aufgabenstellung

---

<sup>18</sup> Die Dauer für die Studienteile „Übung“, „Lautes Denken“ und „Leitfadeninterview“ wurde aus den Zeitmarken der Transkripte errechnet.

<sup>19</sup> In Tabelle 8 Kapitel 3.3.3.1 werden die Schreibweisen und Symbole erläutert, die in Zitaten, welche im Ergebniskapitel angeführt werden, verwendet wurden.

sowie Aufforderungen des VLs, das Laute Denken aufrechtzuerhalten. Die Textbestandteile, die unter eine Kategorie fallen konnten, wurden wie folgt festgelegt:

- **Kodiereinheit:** Die gesamte, mit einem Punkt, Ausrufungszeichen, Fragezeichen oder Abbruchzeichen („/“) abgeschlossene Äußerung einer VP, die einen Bezug zur betreffenden Kategorie enthielt.
- **Kontexteinheit:** Umfasste alle direkt, d.h. ohne Unterbrechung aufeinanderfolgenden, mit einem Punkt, Ausrufungszeichen, Fragezeichen oder Abbruchzeichen („/“) abgeschlossenen Äußerungen einer VP, die jeweils einen Bezug zu derselben betreffenden Kategorie enthielten.

Auf *Ebene 2* des Kategoriensystems wurden den auf Ebene 1 kodierten Textsegmenten Prozesskategorien zugeordnet. Auf diese Weise sollte herausgearbeitet werden, wie eine VP eine dargebotene Information aufgenommen und verarbeitet hat. Dabei wurde unterschieden, ob eine Information ausschließlich entschlüsselt oder darüber hinaus auch beurteilt wurde und wenn ja, auf welche Weise die Beurteilung erfolgte (sachlich oder affektiv, absolut oder relativ). Wenn im Urteilsprozess ein Schema herangezogen wurde, wurde das Textsegment der Kategorie „Schema“ zugeordnet. Tabelle 5 enthält Definitionen und Ankerbeispiele für die Prozesskategorien. Das in einer thematischen Kategorie kodierte Textsegment wurde nicht weiter segmentiert, sodass Kodier- und Kontexteinheit auf Ebene 2 jeweils aus dem gesamten, auf Ebene 1 kodierten Textsegment bestanden.

**Tabelle 5: Definition und Ankerbeispiele der Prozesskategorien**

Kategorie	Definition und Ankerbeispiele
<b>Entschlüsseln</b>	Eine VP liest die dargebotene Information vor oder gibt sie in eigenen Worten wieder. Die Information wird <u>nicht</u> beurteilt. „Bio nach EG-Öko-Verordnung.“ → Kategorie „Bio-Siegel\Entschlüsseln“ „Das Gütesiegel.“ → Kategorie „Bio-Siegel\Entschlüsseln“
<b>absolutes Urteilen: sachlich</b>	Eine VP beurteilt die dargebotene Information (a) sachlich – d.h. nicht wertend – und (b) absolut – d.h. nicht vergleichend. „Eine nicht konkrete Kennzeichnung.“ (P9H: 31) → Kategorie „Menü unspezifisch\absolutes Urteilen: sachlich“ Eine VP bringt zum Ausdruck, dass sie kein Wissen zur dargebotenen Information aufweist oder diese nicht einordnen kann. „Die (.)ÖKO(.)-Zahl unter dem Siegel sagt mir nichts.“ (P21H: 38) → Kategorie „Kontrollstellenummer\absolutes Urteilen: sachlich“
<b>relatives Urteilen: sachlich</b>	Eine VP beurteilt die dargebotene Information (a) sachlich – d.h. nicht wertend – und (b) relativ – d.h. im Vergleich zu einer auf einer vorhergehenden Seite dargebotenen Information. „ <i>Haltung auf Stroh oder anderem Naturmaterial; max. 50% der Stallfläche Spaltenboden.</i> Okay, hier ist es jetzt etwas weniger bei den Schweinen. Bei den Hühnern war es ja zwei Drittel maximal. Hier ist es die Hälfte.“ (P20H: 82) → Kategorie „Einstreu/Boden\relatives Urteilen: sachlich“
<b>absolutes Urteilen: positiv</b>	Eine VP bewertet die dargebotene Information (a) absolut – d.h. nicht vergleichend – und (b) positiv. „Das hört sich für mich gut an, dass es schon mal Bio-Fleisch ist.“ (P8H: 35) → Kategorie „Menü unspezifisch\absolutes Urteilen: positiv“
<b>absolutes Urteilen: negativ</b>	Eine VP bewertet die dargebotene Information (a) absolut – d.h. nicht vergleichend – und (b) negativ. „Das ist für mich zu wenig aussagefähig und nach welcher Norm oder so das Fleisch erzeugt wird, interessiert mich als Mittagessen-Nutzer eigentlich wenig, sondern ich will letztendlich wissen, welches Gericht es gibt.“ (P9H: 31) → Kategorie „Menü unspezifisch\absolutes Urteilen: negativ“
<b>relatives Urteilen: positiv</b>	Eine VP bewertet die dargebotene Information (a) relativ – d.h. im Vergleich zu einer Referenzinformation – und (b) positiv. „Mit den Informationen, da würde ich mich schon wieder mehr wohlfühlen als mit den erläuternden Informationen, die gerade im vorhergehenden Schaubild gemacht wurden. [...]“ (P6H: 38) → Kategorie „Haltungsmerkmale unspezifisch\relatives Urteilen: positiv“
<b>relatives Urteilen: gleichwertig</b>	Eine VP bewertet die dargebotene Information (a) relativ – d.h. im Vergleich zu einer Referenzinformation – und (b) zu dieser als gleichwertig. „Das ist jetzt das Gleiche, nur als (..)-Hähnchengeschnetzeltes. Das macht für mich keinen Unterschied ehrlicherweise.“ (P10H: 48) → Kategorie „Bild unspezifisch\relatives Urteilen: gleichwertig“
<b>relatives Urteilen: negativ</b>	Eine VP bewertet die dargebotene Information (a) relativ – d.h. im Vergleich zu einer Referenzinformation – und (b) negativ. „Da fand ich das Bild vorher schöner. (Lacht)“ (P14B: 217) → Kategorie „Haltungsmerkmale unspezifisch\relatives Urteilen: negativ“
<b>Urteilen: Schema</b>	Die dargebotene Information aktiviert bei der VP ein Schema. Schemata können enthalten: (a) semantisches Wissen, (b) episodisches Wissen, (c) Annahmen oder Erwartungen und (d) Einstellungen. Zu Ankerbeispielen siehe Tabelle 6.

Quelle: Eigene Darstellung

Auf *Ebene 3* des Kategoriensystems wurden die Textsegmente, die auf Ebene 2 der Kategorie „Schema“ zugeordnet wurden, danach kodiert, ob ein Bezug zu semantischem Wissen oder zu episodischem Wissen vorlag, ob eine Annahme oder Erwartung aufgestellt wurde und ob die Verbalisierung eine Einstellung enthielt, beispielsweise zur Relevanz bestimmter Aspekte. Sofern es aus der Textstelle hervorging, wurde darüber hinaus kodiert, ob die dargebotene Information mit dem Schema der VP übereinstimmte (kongruent) oder nicht übereinstimmte (inkongruent). Tabelle 6 zeigt Definitionen und Ankerbeispiele der Schemakategorien. Kodier- und Kontexteinheit auf Ebene 3 bestanden jeweils aus dem gesamten, der Kategorie Schema zugeordneten Textsegment.

**Tabelle 6: Definition und Ankerbeispiele der Schemakategorien**

Schemakategorie	Definition und Ankerbeispiele
<b>semantisches Wissen</b>	Eine VP formuliert Sach- bzw. Faktenwissen. „Das weckt bei mir schon die Richtlinien, beziehungsweise die mir bekannten Richtlinien von Bioland/ [...].“ (P19H: 70)
<b>episodisches Wissen</b>	Eine VP formuliert Erinnerungen an persönliche Ereignisse, die räumlich und zeitlich eingeordnet sind. „[...] Besonders gerne erinnere ich mich an einen Urlaub in Dänemark, wo die Schweine schlichtweg auf dem Feld herumliefen und sich wohlfühlten. [...]“ (P4H: 40)
<b>Annahme/Erwartung</b>	Eine VP formuliert Annahmen, Vermutungen, Erwartungen oder Vorstellungen, die sie aus ihrem Wissen ableitet. „Und unten ist da noch so eine/ Ich glaube eine Kontrollstelle. DE-(..) steht für Deutschland meine ich und die (..)-(.) <sup>39</sup> ist dann wahrscheinlich irgendeine Stelle in Deutschland, die das vergeben hat, vermute ich, bin aber da kein Experte.“ (P20H: 39)
<b>Einstellung</b>	Eine VP formuliert Einstellungen oder äußert sich zur Wichtigkeit, Relevanz oder Präferenz von bestimmten Eigenschaften/Sachverhalten. „Ich bin ein großer Fan von Bio [...].“ (P16H: 35)
<b>kongruent</b>	Aus der Textstelle geht hervor, dass die dargebotene Information überwiegend mit dem Schema der VP übereinstimmt. „Dann weiß ich jetzt auch, was hinter der EG-Öko-Verordnung steckt. Passt im Wesentlichen zu meinen Erwartungen.“ (P10H: 66)
<b>inkongruent</b>	Aus der Textstelle geht hervor, dass die dargebotene Information überwiegend nicht mit dem Schema der VP übereinstimmt. „Während mind. 1/3 der Lebensdauer uneingeschränkter Zugang zu Freige-lände. Okay, ich dachte, das wären mehr als ein Drittel.“ (P2B: 59)

Quelle: Eigene Darstellung

Die *Intercoderreliabilität* wurde separat für jede Ebene des Kategoriensystems ermittelt. Hierzu wurden Teile des Textmaterials durch eine Master-Studentin anhand des Kodierleitfadens kodiert und die vergebenen Kodierungen wurden mit denen des Autors verglichen. Für *Ebene 1* wurde die Intercoderreliabilität auf Segmentebene berechnet, wobei eine Übereinstimmung bei einer Codeüberlappung von mindestens 90 % vorlag. Ausgewählt wurden die Protokolle Lauten Denkens von drei VPn, wobei zur Auswahl die Gesamtanzahl an Codes jedes Protokolls herangezogen wurde, die durch den Autor in den thematischen und sonstigen Kategorien vergeben wurde. Die Protokolle wurden entsprechend ihrer Codehäufigkeit sortiert und es wurde jeweils ein Protokoll aus dem oberen, dem mittleren und dem unteren Drittel der

Codehäufigkeit ausgewählt. Darüber hinaus wurden nur solche Protokolle berücksichtigt, die mindestens eine Kodierung in den Kategoriengruppen „Menü-Informationen“, „Informationen in Stichworteform“, „Informationen in Bildform“, „Informationen in Zitatform“ und „sonstige Kategorien“ aufwiesen. Zur Bestimmung der Intercoderreliabilität auf *Ebene 2* wurden ebenfalls drei Gedankenprotokolle herangezogen, wobei die Codesumme für diese drei Protokolle in den Kategoriengruppen „Entschlüsseln“, „sachliches Urteilen“, „affektives Urteilen“ sowie „Schema“ je Kategoriengruppe mindestens 10 % der betreffenden Codes abdeckte, die vom Autor in allen 24 Protokollen vergeben wurden. Für die Intercoderreliabilitätsmessung auf *Ebene 3* wurden Protokolle ausgewählt, deren Codesumme in den Kategorien „Schema“, „semantisches Wissen“, „episodisches Wissen“, „Annahme/Erwartung“, „Einstellung“, „kongruent“ und „inkongruent“ je Kategorie mindestens 25 % der betreffenden Codes abdeckte, die vom Autor in allen 24 Protokollen vergeben wurden. Da die Textsegmente auf den Ebenen 2 und 3 nicht weiter segmentiert wurden, wurde die Intercoderreliabilität für diese Ebenen mit dem zufallsbereinigten Kappa-Koeffizienten (Brennan & Prediger 1981) angegeben. Auf allen drei Ebenen wurden jeweils zwei Kodierdurchläufe durchgeführt. Nach dem ersten Durchlauf wurden die Nicht-Übereinstimmungen zwischen den beiden kodierenden Personen geprüft und, wenn nötig, wurden die Kodierregeln präzisiert und der ZweitkodiererIn wurden die Änderungen sowie mögliche Kodierfehler erläutert. Auf den Ebenen 1 und 3 konnte die Intercoderreliabilität im zweiten Kodierdurchlauf jeweils erhöht werden, auf Ebene 2 lag der Wert leicht unterhalb des Werts des ersten Durchlaufs. Die im zweiten Kodierdurchlauf ermittelten Werte für die Intercoderreliabilität sind in Tabelle 7 dargestellt. Nach Kuckartz & Rädiker (2022, S. 243) können die erzielten Übereinstimmungen in Höhe von 0,77 (Ebene 1), 0,78 (Ebene 2) und 0,75 (Ebene 3) als gut angesehen werden.

**Tabelle 7: Intercoderreliabilität für die jeweilige Ebene des Kategoriensystems**

<b>Ebene</b>	<b>Kategorien</b>	<b>Segmentierung/ Kodierung</b>	<b>Intercoderreliabilität</b>	<b>Bemerkungen</b>
Ebene 1	thematische und sonstige Kategorien	ja/ja	0,77	Intercoderreliabilität auf Segmentebene (Überlappung mind. 90 %); Anzahl übereinstimmende Segmente / Anzahl kodierte Segmente gesamt; für die Protokolle P5H, P8H und P18H
Ebene 2	Prozesskategorien	nein/ja	0,78	Intercoderreliabilität auf Segmentebene; Kappa (Brennan & Prediger 1981); für die Protokolle P3H, P20H und P24H
Ebene 3	Schemakategorien	nein/ja	0,75	Intercoderreliabilität auf Segmentebene; Kappa (Brennan & Prediger 1981); für die Protokolle P1B, P3H, P4H, P5H, P8H, P9H, P10H und P17B

Quelle: Eigene Erhebung

Neben der qualitativen Auswertung wurden die Häufigkeiten der vergebenen thematischen Kategorien sowie der Prozess- und Schemakategorien ermittelt und deskriptiv dargestellt. Darüber hinaus wurden die VPn nach der Art ihrer Beurteilung in verschiedene Typen eingeteilt. Neben den Äußerungen aus den Denke-Laut-Protokollen wurden dazu auch Antworten aus

dem Leitfadenterview herangezogen. Das *Leitfadenterview* wurde wiederum mittels qualitativer Inhaltsanalyse, orientierend an der Technik der Strukturierung nach Mayring (2022), ausgewertet. Es wurde ein Kategoriensystem mit zwei Ebenen entwickelt, wobei sich die Kategorien auf Ebene 1 aus den im Leitfadenterview angesprochenen Themenbereichen ableiteten. So bildete z.B. die Begründung für die Wahl eines Öko-Fleischgerichts in der Kantine eine Oberkategorie. Auf Ebene 2 wurden induktiv Subkategorien gebildet, die die zur Oberkategorie getätigten Äußerungen spezifizierten und gruppieren (z.B. die Subkategorien „bessere Haltungsbedingungen“ und „besserer Geschmack“). Anders als auf Ebene 1 fand auf Ebene 2 des Kategoriensystems keine Segmentierung statt, sondern die gesamte, auf Ebene 1 kodierte Textstelle wurde der passenden Subkategorie zugewiesen. Die Intercoderreliabilität wurde ausschließlich auf Ebene 2 des Kategoriensystems bestimmt. Hierzu kodierte die Zweitkoderin wieder Teile des Textmaterials und die vergebenen Kodierungen wurden mit denen des Autors verglichen. Die zur Ermittlung der Intercoderreliabilität herangezogenen Interviews machten in Summe ein Drittel aller der durch den Autor auf Ebene 2 vergebenen Kodierungen aus. Der Kappa-Koeffizient (Brennan & Prediger 1981) betrug 0,84 und lag damit nach Kuckartz & Rädiker (2022, S. 243) in einem sehr guten Bereich.

### **3.3 Ergebnisse**

Das Ergebniskapitel gliedert sich in mehrere Teile. In Kapitel 3.3.1 werden die VPn zunächst anhand ihrer Angaben im Abschlussfragebogen charakterisiert. Anschließend werden die Ergebnisse aus den Denke-Laut-Protokollen berichtet. Kapitel 3.3.2 fokussiert sich dabei auf die Ergebnisse der Häufigkeitsauswertung der Kategorien, bevor im Kapitel 3.3.3 die Ergebnisse der qualitativen Auswertung präsentiert werden. Antworten der VPn aus dem Leitfadenterview zu ihrem Bedürfnis nach Tierhaltungsinformationen in der Kantine sowie zu ihrem üblichen Ablauf der Menüwahl werden im Kapitel 3.3.4 vorgestellt. Im Kapitel 3.3.5 werden die identifizierten Beurteilungstypen erläutert.

#### **3.3.1 Charakteristika der Versuchspersonen**

Die Verteilung der VPn auf die Kantinen sowie auf die Geschlechter- und Altersgruppen wurde bereits in Kapitel 3.2.2 erläutert. Im Abschlussfragebogen wurden die VPn gebeten, weitere Angaben zu ihrer Person zu machen<sup>20</sup>. Zwei Drittel der Personen in der Stichprobe wies als höchsten Bildungsabschluss einen Hochschulabschluss auf. Das verbleibende Drittel der VPn besaß eine abgeschlossene Berufsausbildung, einen Meisterabschluss oder einen sonstigen Abschluss. Das Angebot zur Mittagsverpflegung in der Betriebskantine wurde von fast allen VPn häufig wahrgenommen: Neun Personen nutzten es fünfmal pro Woche und 12 Personen drei- bis viermal pro Woche. Drei Personen nutzten das Angebot ein- bis zweimal pro Woche oder seltener. Die Verzehrshäufigkeit von Fleisch, die den Konsum in der Betriebskantine, in anderen Restaurants, zu Hause, bei Freunden oder in anderen Situationen umfassen konnte, variierte stark zwischen den VPn und reichte von ein- bis zweimal pro Woche bis hin zu täglich. Nur eine VP gab an, seltener als einmal pro Woche Fleisch zu verzehren. Die

---

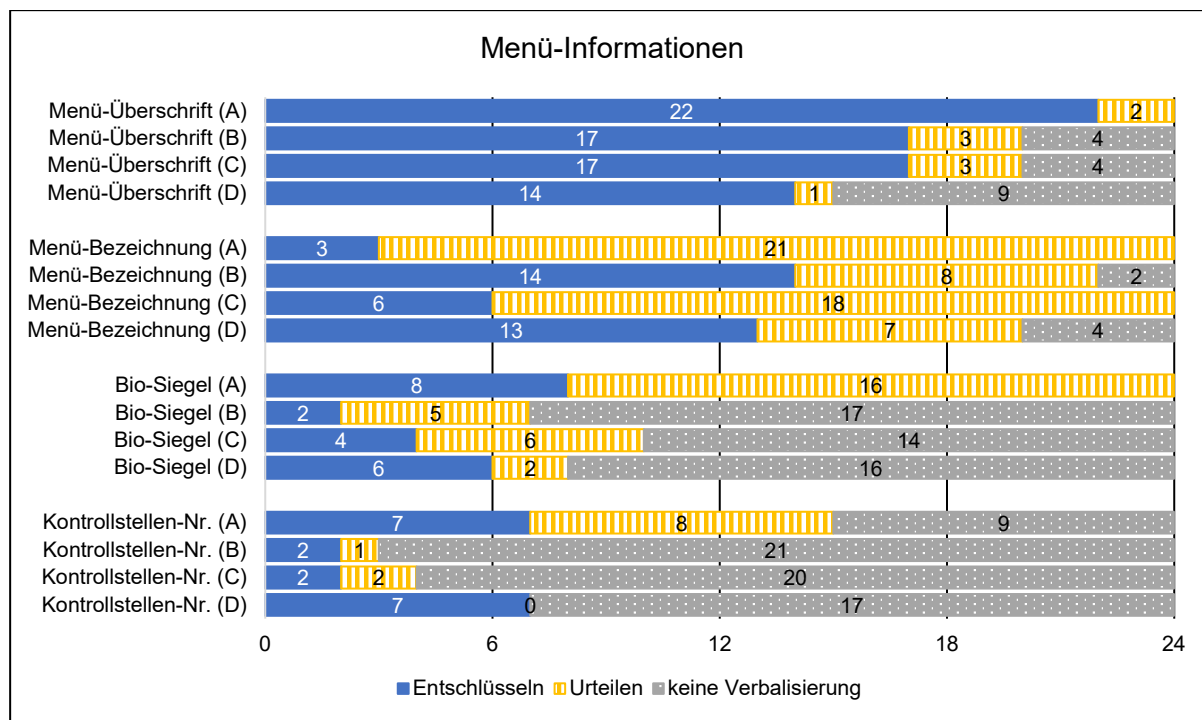
<sup>20</sup> Eine Aufschlüsselung nach VPn kann in Anhang 2 eingesehen werden.

Einkaufshäufigkeit von Bio-Lebensmitteln wurde von 11 VPn mit mehrmals wöchentlich, von acht VPn mit einmal pro Woche und von fünf VPn mit ein- bis dreimal pro Monat angegeben.

### 3.3.2 Kategorienhäufigkeiten

Um einen Überblick über die Art und Weise zu erhalten, wie die VPn die dargebotenen Informationen beurteilt haben, wurde die Häufigkeit der Äußerungen in einzelnen Kategorien ausgewertet. Da alle Abbildungen allen VPn vorgelegt wurden, hatte jede VP theoretisch die Möglichkeit, sich zu jeder einzelnen der dargebotenen Informationen zu äußern. Abbildung 6 bis Abbildung 8 zeigen für die Menü-Informationen (Menü-Überschrift, Menü-Bezeichnung, Bio-Siegel und Kontrollstellenummer) sowie für die Haltungsinformationen in Text- und in Zitatform auf, wie viele VPn diese Informationen entweder mindestens einmal entschlüsselt oder mindestens einmal beurteilt haben (vgl. Kapitel 3.2.3, 3.2.4). VPn, die eine Information sowohl entschlüsselt als auch beurteilt haben, wurden ausschließlich in der Kategorie „Urteilen“ gezählt. Die Kategorie Urteilen beinhaltet alle im Kategoriensystem unterschiedenen Urteilsformen, also sachliches oder affektives Urteilen, absolutes oder relatives Urteilen sowie das Heranziehen eines Schemas.

Abbildung 6 verdeutlicht, dass die Menü-Überschrift („Speiseplan. Mittagsgericht heute.“), die Menü-Bezeichnung (z.B. „Menü mit Bio-Schweinefleisch“) sowie das Bio-Siegel („Bio nach EG-Öko-Verordnung“) im Aufgabenblock A von allen 24 VPn zumindest entschlüsselt, d.h. laut vorgelesen oder in eigenen Worten wiedergegeben wurden. Die Menü-Bezeichnung und das Bio-Siegel wurden von der überwiegenden Mehrheit der VPn beurteilt, diese Personen fällten also ein sachliches oder wertendes Urteil oder äußerten Wissen, Annahmen/Erwartungen oder Einstellungen. Die Kontrollstellenummer („DE-ÖKO-039“) dagegen wurde nur von acht VPn beurteilt, mehr als ein Drittel der VPn äußerte sich dazu gar nicht. Auffallend ist zudem, dass eine große Anzahl an VPn in den Aufgabenblöcken B bis D die Menü-Informationen gar nicht mehr verbalisierte. Dies kann zum einen damit erklärt werden, dass Aufgabenblock A allen VPn zuerst vorgelegt wurde und dass nur die Menü-Bezeichnungen aus Block C im Vergleich zu denen aus Block A variierten. Zum anderen wurden die Menü-Informationen in den Blöcken B bis D zusammen mit Informationen zur Schweine- oder Hähnchenhaltung gezeigt, sodass sich die VPn verstärkt diesen Aspekten zugewendet haben.



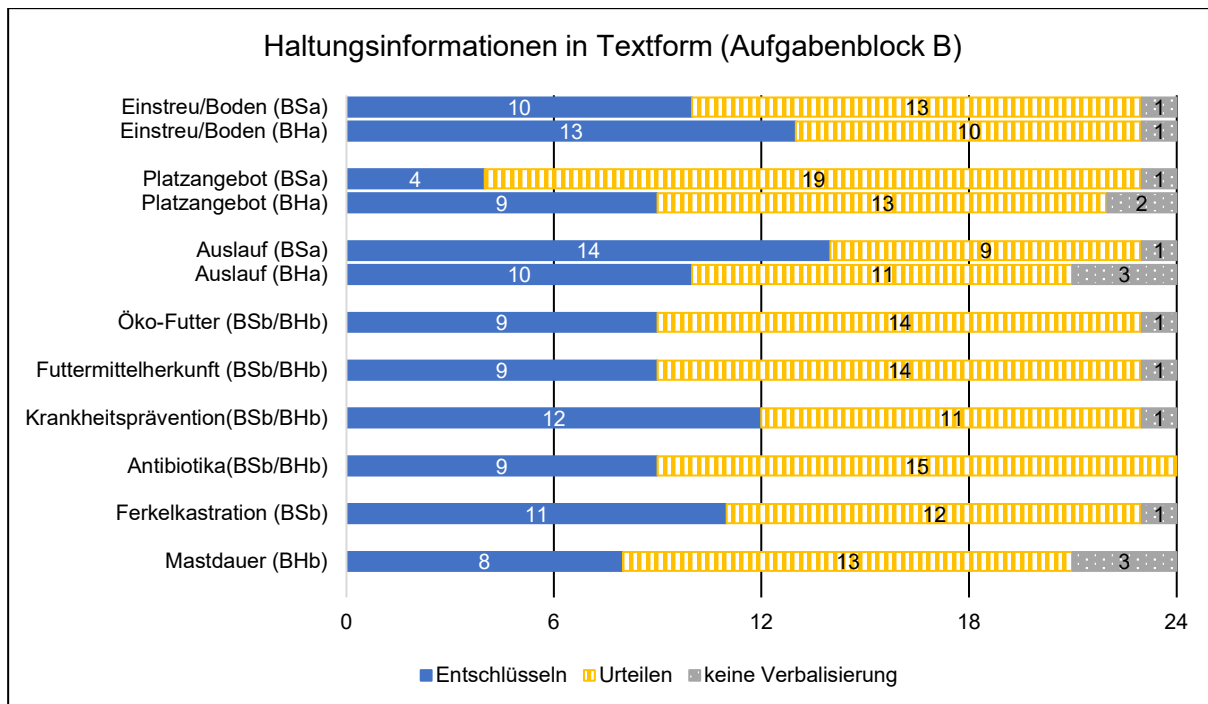
„A“ etc. bezeichnet den Aufgabenblock, in dem die Information gezeigt wurde. Gleiche oder ähnliche Informationen, die auf mehreren Abbildungen enthalten waren, wurden in der Grafik in einer Kategorie zusammengefasst. Eine Zählung erfolgte dann, wenn sich eine VP auf mindestens einer dieser Abbildungen zur entsprechenden Information geäußert hat. VPn, die eine Information sowohl entschlüsselt als auch beurteilt haben, wurden ausschließlich in der Kategorie „Urteilen“ gezählt.

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 6: Anzahl an VPn, die die jeweilige Menü-Information entschlüsselt oder beurteilt haben**

Die Haltungsinformationen in Textform, die im Aufgabenblock B gezeigt wurden, wurden jeweils von einer größeren Anzahl an VPn (zwischen neun bis 19 Personen) beurteilt (vgl. Abbildung 7). Mit Ausnahme der Information zum Platzangebot bei den Schweinen, die von 19 VPn beurteilt wurde, gab es gleichzeitig bei jeder Information eine größere Anzahl an VPn (zwischen acht und 14 Personen), die die präsentierten Informationen nur vorlasen oder in eigenen Worten zusammenfassten. Es kam nur selten und bei der Information zum Antibiotikaeinsatz gar nicht vor, dass eine im Aufgabenblock B dargebotene Haltungsinformation gar nicht verbalisiert wurde.



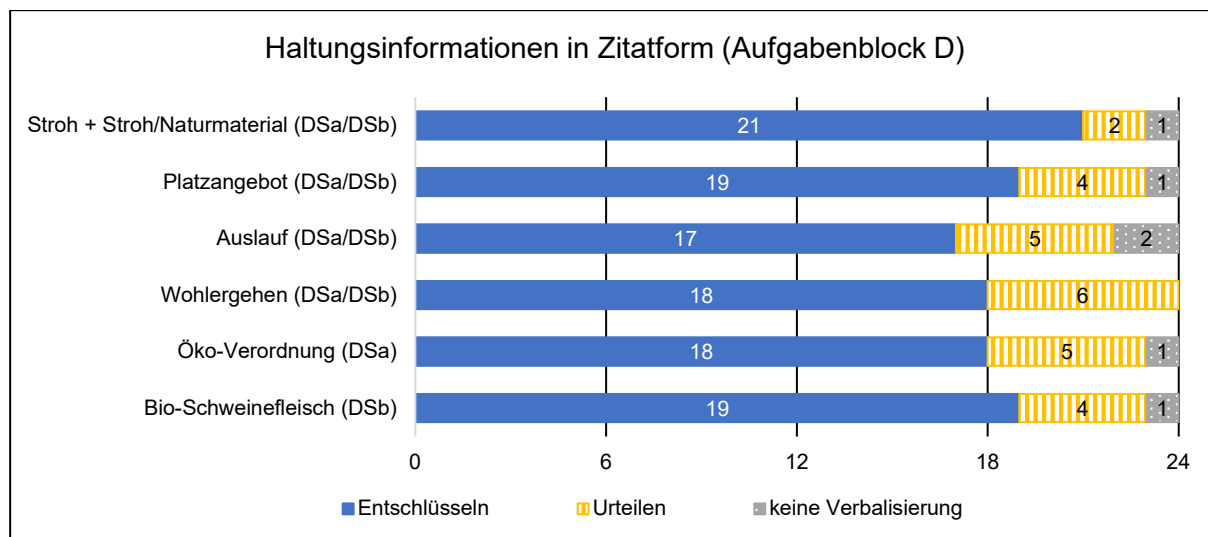


„BSa“ etc. bezeichnet die Abbildung, auf der die Information enthalten war. Gleiche oder ähnliche Informationen, die auf mehreren Abbildungen enthalten waren, wurden in der Grafik in einer Kategorie zusammengefasst. Eine Zählung erfolgte dann, wenn sich eine VP auf mindestens einer dieser Abbildungen zur entsprechenden Information geäußert hat. VPn, die eine Information sowohl entschlüsselt als auch beurteilt haben, wurden ausschließlich in der Kategorie „Urteilen“ gezählt.

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 7: Anzahl an VPn, die die jeweilige Haltungsinformation in Textform (Aufgabenblock B) entschlüsselt oder beurteilt haben**

Die Haltungsinformationen im Aufgabenblock C wurden in Form eines Bildes zur Schweine- und in Form eines Bildes zur Hähnchenhaltung vorgelegt. Äußerungen, die sich auf den Bildinhalt bezogen, wurden immer der Oberkategorie „Urteilen“ zugeordnet, die Kategorie „Entschlüsseln“ entfiel. Alle VPn beurteilten die Haltungsumgebung der Tiere auf dem Bild mit den Schweinen und auf dem Bild mit den Hähnchen und fast alle VPn äußerten sich zu den abgebildeten Tieren (21 VPn zu den Schweinen und 20 VPn zu den Hähnchen). Im Aufgabenblock D wurden die Haltungsinformationen in Form zweier Zitate aufbereitet. Die so unterbreiteten Informationen wurden von der überwiegenden Mehrzahl der VPn nur vorgelesen oder in eigenen Worten wiedergegeben und nur von wenigen VPn beurteilt (vgl. Abbildung 8).

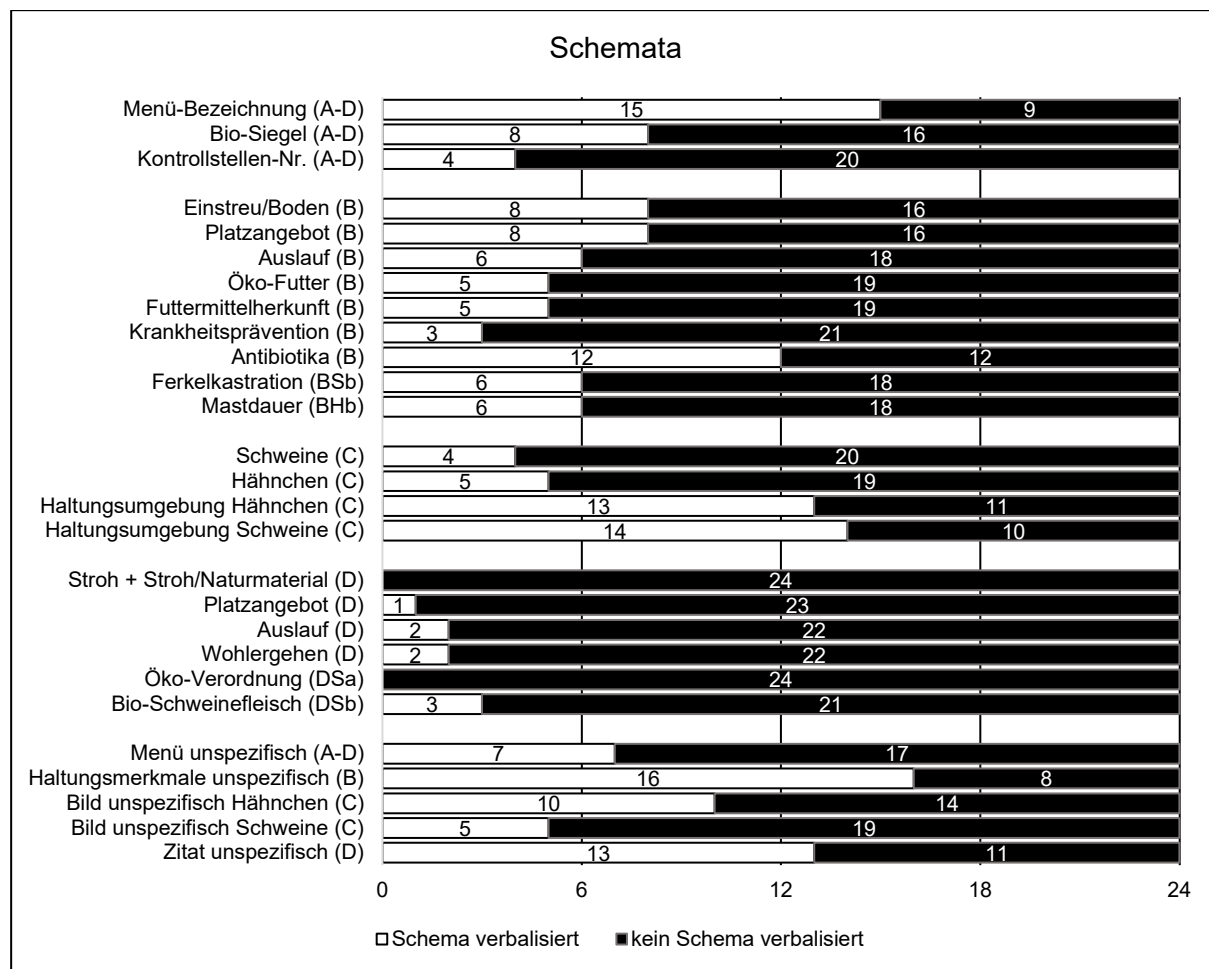


„DSa“ etc. bezeichnet die Abbildung, auf der die Information enthalten war. Gleiche oder ähnliche Informationen, die auf mehreren Abbildungen enthalten waren, wurden in der Grafik in einer Kategorie zusammengefasst. Eine Zählung erfolgte dann, wenn sich eine VP auf mindestens einer dieser Abbildungen zur entsprechenden Information geäußert hat. VPn, die eine Information sowohl entschlüsselt als auch beurteilt haben, wurden ausschließlich in der Kategorie „Urteilen“ gezählt.

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 8: Anzahl an VPn, die die jeweilige Haltungsinformation in Zitatform (Aufgabenblock D) entschlüsselt oder beurteilt haben**

Urteilende Äußerungen können u.a. das Verbalisieren von Schemata beinhalten. Mit Ausnahme der Menü-Bezeichnung, den Bildinformationen zur Haltungsumgebung sowie der Textinformation zum Antibiotikaeinsatz hat nur ein kleiner Teil der VPn Schemata zu den dargebotenen Informationen verbalisiert (vgl. Abbildung 9). Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass auch Äußerungen aufgetreten sind, die nicht klar einer der vorgelegten Informationen zugeordnet werden konnten („unspezifisch“-Kategorien in Abbildung 9) und in denen häufig Schemabezüge enthalten waren.



„BSb“ etc. bezeichnet die Abbildung, auf der die Information enthalten war. „A“ etc. bezeichnet den Aufgabenblock, in dem die Information präsentiert wurde. Gleiche oder ähnliche Informationen, die auf mehreren Abbildungen enthalten waren, wurden in der Grafik in einer Kategorie zusammengefasst. Eine Zählung erfolgte dann, wenn eine VP zu mindestens einer dieser Abbildungen ein Schema verbalisiert hat.

Quelle: Eigene Erhebung

#### Abbildung 9: Anzahl an VPn, die ein Schema verbalisiert haben

In den Denke-Laut-Protokollen der 24 VPn wurden insgesamt 2.405 Äußerungen mit einer Prozess- oder Schemakategorie kodiert. Davon entfielen 1.094 Verbalisierungen auf die Kategorie „Entschlüsseln“ und 1.311 Verbalisierungen auf die Kategoriengruppe „Urteilen“. Im Durchschnitt tätigte jede VP 100 Prozess- oder Schemaäußerungen<sup>21</sup>. Die Spannweite erstreckte sich von 57 Verbalisierungen im Minimum bis zu 162 Verbalisierungen im Maximum. Mit durchschnittlich 46 Äußerungen pro VP wurden mit Abstand die meisten Verbalisierungen in der Kategorie „Entschlüsseln“ getätigt. Danach folgten die Kategorien „absolutes Urteilen: positiv“ (durchschnittlich 13 Äußerungen), „absolutes Urteilen: sachlich“ (8), „relatives Urteilen: sachlich“ (8) sowie „Annahme/Erwartung“ (7) (vgl. Anhang 3). In fast allen Prozess- bzw. Schemakategorien gab es VPn, die sich in der jeweiligen Kategorie gar nicht äußerten. Gleichzeitig

<sup>21</sup> Wenn sich eine VP innerhalb einer thematischen Kategorie (Information) mehrmals auf der Ebene „Entschlüsseln“ geäußert hat, dann wurde dies nur einmal gezählt. Wurden innerhalb einer thematischen Kategorie UND innerhalb einer Schemakategorie (z.B. Einstellung) mehrere Aspekte angesprochen, dann wurden inhaltlich eng zusammenhängende Aspekte als eine Äußerung und Aspekte, die sich inhaltlich wesentlich voneinander unterschieden, als eigenständige Äußerungen gezählt.

gab es z.B. in den Kategorien „semantisches Wissen“ und „Einstellung“ Ausreißer, also VPn, die sich häufiger als das 1,5-Fache des Interquartilsabstands äußerten.

### 3.3.3 Beurteilung der Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung

#### 3.3.3.1 Vorbemerkung

Tabelle 8 enthält die Schreibweisen und Symbole, welche in angeführten Zitaten verwendet werden. Darüber hinaus werden folgende weitere Abkürzungen verwendet:

- „PXY“ bezeichnet die VP, z.B. „P1B“ für VP 1 aus der Kantine Berlin und „P3H“ für die VP 3 aus der Kantine Hamburg.
- „PXY: ZZ“ bezeichnet den Abschnitt im Denke-Laut-Protokoll, z.B. „P3H: 43“ für Abschnitt 43 im Protokoll von P3H.
- „PXY[S]“ oder „PXY[H]“ zeigt an, dass die VP die Äußerung in den Aufgabenblöcken B oder C zu einer Abbildung zu den Schweinen (Abbildung BSa, BSb, CSa oder CSbB/H) [S] oder zu einer Abbildung zu den Hähnchen (Abbildung BHa, BHb, CHa oder CHb) [H] getätigt hat.
- „PXY[L]“ bzw. „PXY[K]“ zeigt an, dass die VP die Äußerung im Aufgabenblock D zum Zitat des Landwirts (Abbildung DSa) [L] oder zum Zitat des Küchenchefs (Abbildung DSb) [K] getätigt hat.

**Tabelle 8: Schreibweisen und Symbole in Zitaten**

Schreibweise/Symbol	Bedeutung
<i>Kursivschrift</i>	laut vorgelesener Text (z.B. Haltungsinformation)
(orig.)	Formulierung im Original (wenn die vorgelesene Textpassage vom Originaltext abweicht)
<i>Einsatz langsam wachsende(.) Rassen</i> <i>(..) langsam wachsender Rassen</i>	Nicht laut vorgelesene Textinformationen: ausgelassener Wortbestandteil ausgelassenes Wort
[...]	Auslassung durch den Autor
/	Satzabbruch
(lacht); (stöhnt)	emotionale nonverbale Äußerung
(Wort?)	vermuteter Wortlaut
(unv.)	unverständliche Äußerung der VP
WORT	besonders betonter Begriff

Quelle: Eigene Darstellung

#### 3.3.3.2 Öko-Auslobung

Die Öko-Auslobung bestand aus drei Bestandteilen: aus der Menü-Bezeichnung, die die Vorsilbe „Bio“ enthielt (z.B. *Menü mit Bio-Schweinefleisch*), aus dem Bio-Siegel und aus der Nummer der Öko-Kontrollstelle. Da alle drei Bestandteile einen Bezug zu „Öko“ hatten, war in den Protokollen Lauten Denkens mitunter nicht klar erkennbar, welcher oder welche dieser

Aspekte oder ob alle Aspekte gemeinsam gemeint waren. Diese nicht eindeutig zuordenbaren Äußerungen werden unter dem Punkt „Öko unspezifisch“ vorgestellt. Präsentiert werden Aussagen zur Öko-Auslobung im Aufgabenblock A, der allen VPn zuerst vorgelegt wurde und der keine Haltungsinformationen in Form von Stichworten, Bildern oder Zitaten enthielt.

### *Menü-Bezeichnung*

Die Menü-Bezeichnung umfasste die Information „Menü mit Bio-Schweinefleisch“ bzw. „Menü mit Bio-Hähnchenfleisch“ auf dem Speiseplan. Um an der Erhebung teilnehmen zu können, mussten alle VPn zumindest gelegentlich Schweine- und Hähnchenfleisch konsumieren. Erwartungsgemäß äußerten sodann auch mehrere VPn, dass sie Schweine- und/oder Hähnchenfleisch essen oder dass sie das damit zubereitete Menü wählen würden. P1B und P12B würden das Schweinefleischgericht nicht wählen. Während aus den Äußerungen von P1B kein eindeutiger Grund dafür hervorging, verwies P12B auf gesundheitliche Gründe. P23H verband mit Schweinefleisch einen niedrigen Gesundheitswert. Mit dem Angebot von ökologischem Hähnchenfleisch assoziierte P19H „positive Gedanken“. P4H dagegen erinnerte sich in Verbindung mit Hähnchenfleisch an „grausige Bilder“ aus dem Fernsehen, Hähnchen in „Massenhaltung“ und „männliche Hähnchen schreddern“. Diese Aspekte finde P4H schlimm. P9H bemerkte, dass sowohl ökologisches als auch konventionelles Geflügelfleisch „höchstschwierig“ und „oft keimbelastet“ seien. P3H, P9H und P18H bemängelten, dass die Art des Fleischgerichts aus der Menü-Bezeichnung nicht hervorgehe.

### *Bio-Siegel*

In Bezug auf das abgebildete deutsche Bio-Siegel wurden in den Verbalisierungen der VPn unterschiedliche Bekanntheits- und Kenntnisgrade deutlich. Mehrere VPn äußerten, dass ihnen das abgebildete Bio-Siegel bekannt (P3H, P11H, P17B, P20H) oder vertraut (P5H) sei oder dass sie es schon häufiger gesehen hätten (P5H, P10H, P20H). P20H glaubte darüber hinaus zu wissen, dass das Bio-Siegel in Deutschland auf allen Öko-Produkten aufgebracht sei, wobei diese auch noch mit weiteren Siegeln gekennzeichnet werden könnten. P20H nahm des Weiteren an, dass mit dem Logo eine offizielle Zertifizierung einhergehe, wenngleich das deutsche Bio-Siegel nicht so streng geprüft werde wie andere Öko-Label. Auch P5H erwartete, dass hinter dem Bio-Siegel eine Zertifizierung stehe. P19H bezeichnete das Logo als „Gütesiegel“. Bei P7B war die Bekanntheit des Öko-Labels mit Unsicherheit behaftet. So vermutete die VP, dass es sich bei dem abgebildeten Logo um ein Bio-Siegel aus den Supermärkten handle, war sich aber nicht ganz sicher. P13H verband mit dem Öko-Logo die Erwartung, ein „gesundes Essen“ angeboten zu bekommen.

P10H und P18H hingegen bekannten, dass sie keine näheren Kenntnisse über das Bio-Siegel aufwiesen. P10H gab zwar an, das Öko-Label schon häufiger gesehen zu haben, machte aber deutlich, dass ihm die dahinterliegenden Kriterien nicht hinreichend bekannt seien und er das Siegel daher nicht bewerten könne. P18H gab zu, dass er das abgebildete Bio-Siegel noch nie gesehen habe und daher auch nicht beurteilen könne, ob es sich um ein „echtes ordentliches Label“ handle. Wenn das Bio-Siegel in der Kantine seines Unternehmens angebracht wäre, dann ging P18H gleichwohl davon aus, dass das Logo vertrauenswürdig sei.

Mehrere VPn äußerten sich positiv über das Bio-Siegel. Beispielsweise empfand P11H das Bio-Siegel als „positiv“ und auf P18H machte es einen „seriösen Eindruck“. P10H bekundete, dass er Wert auf eine Öko-Kennzeichnung lege. P1B hingegen äußerte, dass sie das Bio-Siegel eher abschrecke als anspreche.

#### *Öko-Kontrollstellenummer*

Die auf dem Speiseplan abgebildete Nummer einer Öko-Kontrollstelle (*DE-ÖKO-039*) wurde nur von etwas mehr als der Hälfte der VPn überhaupt angesprochen. Die Mehrzahl dieser VPn las die Kontrollstellenummer entweder nur vor oder bezeichnete sie allgemein mit Begriffen wie „Nummer“ oder „Öko-Zahl“. P17B und P21H bekannten, dass ihnen die Information nichts sage. Nur P3H und P20H bezeichneten und erkannten damit die angegebene Nummer als Nummer einer Öko-Kontrollstelle. P20H erläuterte darüber hinaus, dass „DE“ für Deutschland und die Ziffer „39“ für die zuständige Kontrollstelle stehe, gab aber auch an, sich dabei nicht ganz sicher zu sein. P4H und P21H nahmen an, dass es sich bei der Kontrollstellenummer um eine Zertifizierung handle, womit P4H Sicherheit assoziierte („[...] das scheint dann auch richtig zu sein und keine Fehlinformation“). P18H fand, dass die dargebotenen Informationen durch die angeführte Nummer „vom optischen Anschein [...] erst mal einen seriösen Eindruck“ machten. P3H, die die Kontrollstellenummer als solche identifizierte, war dagegen der Auffassung, dass mit dieser Angabe niemand etwas anfangen könne.

#### *„Öko“ unspezifisch*

Im Folgenden werden Äußerungen präsentiert, die einen Bezug zu „Öko“ hatten, jedoch nicht eindeutig der Menü-Bezeichnung, dem Bio-Siegel oder der Kontrollstellenummer zugeordnet werden konnten. P4H, P14B und P23H assoziierten mit den Öko-Informationen bessere Haltingsbedingungen für die Tiere. P4H äußerte die Hoffnung, dass „Massenhaltung“ und „Hähnchen schreddern“ in der Öko-Tierhaltung nicht vorkämen. P23H gab an, bei herkömmlichem Hähnchenfleisch „immer an die Brathähnchen im Grill“ und deren schlechte Lebensbedingungen zu denken, und nahm an, dass Öko-Hähnchen „vielleicht [...] ein schöneres Leben haben [...], auch wenn es nicht so lange ist“. P14B erwartete in der Öko-Landwirtschaft bessere Haltingsformen und einen besseren Umgang mit Antibiotika und gab an, mit den Öko-Informationen gerade bei Schweinefleisch ein Gefühl von Sicherheit zu verbinden.

Diese und auch andere VPn bewerteten die Öko-Informationen positiv. So bemerkte z.B. P14B, dass die Öko-Informationen „ein bisschen ein positives Gefühl“ in Bezug auf Haltingsformen und den Einsatz von Antibiotika verursachten. Bei P19H riefen die Informationen „positive Gedanken“ hervor. P18H würde der Öko-Auslobung vertrauen. P13H fasste die Öko-Informationen als Öko-Zertifikat auf und fand dieses „vertrauenswürdig“. P5H, P6H und P16H äußerten, dass eine ökologische Erzeugung für sie von Bedeutung sei. Mehrere VPn bekundeten, das ökologische Menü-Angebot wahrzunehmen (P4H, P6H, P13H, P23H), dies in Betracht zu ziehen (P8H, P12B, P17B) oder es einem Gericht aus „Massentierhaltung“ vorziehen (P5H). P2B befürwortete ein durchgehendes Öko-Fleischangebot in der Kantine und gab an, dass sie dann eher dort essen würde.

Auf der anderen Seite gab es mit P9H und P15B auch VPn, die dem Angebot kritisch oder ablehnend gegenüberstanden. P9H äußerte, dass es ihn im Zusammenhang mit dem Mittagessen nicht interessiere, „nach welcher Norm oder so das Fleisch erzeugt wird“. P15B empfand die Öko-Auslobung als „Gängelung und unnötiges teuer machen“. Die Öko-Auslobung sei „verzichtbar“ und er habe sein Leben lang gut ohne sie gelebt. P15B esse Fleisch auch, wenn es nicht Öko-zertifiziert sei. Fleisch sei zumal „ohnehin Bio“. P15B empfand die Öko-Auslobung außerdem als Misstrauen gegenüber Erzeugern, die „jahrzehntlang wirklich akkurat gearbeitet haben“. Erzeuger seien „seriöse Menschen“, die sich um das Tierwohl kümmerten. „Bio“ werde „ja auch durchaus missbraucht“ und die Öko-Erzeuger seien „ja auch nicht alle astrein“. P15B ärgerte sich folglich über die Öko-Auslobung und lehnte sie ab („will ich nicht sehen“).

### 3.3.3.3 Informationen in Textform

Die Haltungsinformationen in Textform (Aufgabenblock B) begannen je nach Tierart mit dem einleitenden Satz „*Merkmale der Bio-Mastschweinehaltung [Bio-Masthähnchenhaltung] nach EG-Öko-Verordnung sind unter anderem:*“. Dieser Satz wurde von der überwiegenden Mehrheit der VPn nur entschlüsselt, also nicht weiter beurteilt. Jedoch brachten einige VPn den Begriff „Mast“ nicht mit Öko-Tierhaltung in Verbindung. P18H dachte bei Masthähnchenhaltung an ein Bild mit Käfighaltung. P21H verstand unter „Mästen“ das schnelle Aufziehen von Tieren bis zum gewünschten Gewicht<sup>22</sup>.

„Gut, als erstes fällt mir der Begriff *(.)-Masthähnchenhaltung/* [...] Vom Begriff her würde ich nicht *Bio* und *Masthähnchen/* Würde ich nicht so unbedingt in einem Zusammenhang sehen, weil bei Masthähnchen hätte ich das Bild vor Augen irgendwelcher, sagen wir mal, Käfighaltung. Insofern *Bio-Masthähnchen(.)* würde ich auf den ersten Blick nicht zusammenpassend sehen.“ (P18H: 36)

„*(.)-Masthähnchenhaltung. Bio-Masthähnchen(.)*. Das ist ja auch ein bisschen, irgendwie, voll das Gegenteil, also Bio und Masthaltung so. Hm (nachdenklich).“ (P2B: 56)

„[...] Für mich wäre der Gedanke eben immer noch beim Mästen. Hm (nachdenklich), ja, das Tier zu stopfen, um es auf die gewisse Kilogrammzahl zu bringen, ist für mich immer noch ein Zwiespalt zu Bio und Öko. [...]“ (P21H: 68)

#### *Einstreu/Boden*

Bei den Schweinen lautete die Textinformation zur Einstreu und zur Bodenbeschaffenheit wie folgt: „*Haltung auf Stroh oder anderem Naturmaterial; max. 50 % der Stallfläche Spaltenboden*“. Zwei VPn bekannten, die Information nicht (P13H) oder nicht genau (P1B) zu verstehen. P4H, P7B und P12B äußerten, nicht zu wissen, was Spaltenboden sei, und auch P17B schien keine konkrete Vorstellung von Spaltenboden zu haben. P8H fand, dass sich die Information zum Spaltenboden nicht so gut anhöre. P5H und P18H hingegen schienen sich unter Spaltenboden etwas vorstellen zu können. So empfand P5H 50 % Spaltenboden als „sehr viel“ und begründete dies damit, dass dieser „ja nicht unbedingt auch gut für die Tiere“ sei. P18H bemängelte, dass Spaltenboden nicht zu seiner Vorstellung von Öko-Tierhaltung passe. P23H nahm an, dass viele Leute nicht wüssten, dass „sonst immer“ Spaltenböden vorlägen. P24H,

<sup>22</sup> P21H tätigte diese Äußerung im Zusammenhang mit der Information zur Mastdauer.

der auf einer vorherigen Abbildung die Information zum Spaltenbodenanteil bei Hähnchen gesehen hatte, empfand es „positiv“, dass dieser Anteil bei Schweinen niedriger sei.

Die Teilinformation „*Haltung auf Stroh oder anderem Naturmaterial*“ fand P5H „definitiv nachvollziehbar“. P17B begrüßte die Information. P9H kannte sich mit Schweinehaltung aus und berichtete vergleichsweise detailliert über die Bodenbeschaffenheit. So sei Strohhaltung in der Mastschweinehaltung früher die Regel gewesen, wobei das Stroh auch ausgemistet worden sei. Heute sei dagegen Spaltenboden üblich, durch den die Ausscheidungen der Schweine abgegeben würden. Die Stallfläche werde während der „Zuchtzeit“ nicht regelmäßig gereinigt, was ein hygienisches Problem darstelle. P9H nahm an, dass Stroh für die Schweine „behaglicher“ sei. Die Tiere hätten Gelegenheit sich hinzulegen oder „am Stroh zu knabbern“, wobei er erwartete, dass das Stroh „auch mal gewechselt“ werde.

Bei den Hähnchen lautete die Textinformation: „*Haltung auf Stroh, Holzspänen, Sand oder Torf; max. 2/3 der Stallfläche Spaltenboden/Gitterroste*“. Hinsichtlich der Gitterroste stellte sich P12B vor, dass die Hühnerbeine durch diese durchrutschen könnten. P4H empfand Gitterroste als „nicht schön“. Den Umfang von bis zu zwei Dritteln der Stallfläche, der aus Spaltenboden/Gitterrosten bestehen kann, beurteilten einige VPn als groß (P14B, P21H, P24H) oder zu groß (P20H, P5H). P24H erwartete, dass der Anteil bei artgerechter Tierhaltung deutlich geringer sei. P20H verstand den Anteil von bis zu zwei Dritteln der Stallfläche mit Spaltenboden/Gitterrosten so, dass ein Drittel der Stallfläche aus Stroh, Sand oder Torf bestehe, und vermutete, dass dieser Anteil besser sei als der in der „herkömmlichen“ Masthähnchenhaltung. P20H und P21H nahmen an, dass Spaltenboden oder Gitterroste mit der leichteren Reinigung des Stalls und einer effizienten Form der Tierhaltung zusammenhängen. Die Teilinformation „*Haltung auf Stroh, Holzspänen, Sand oder Torf*“ wurde von P6H als „absolut okay“ und von P12B als passend beurteilt. P13H und P20H verbanden die Materialien mit Natürlichkeit.

### *Auslauf*

Die Information „*ständiger Zugang zu einem Auslauf*“, die bei den Mastschweinen gezeigt wurde, wurde von mehreren VPn begrüßt (z.B. „gut“ (P12B, P14B), „sehr positiv“ (P17B)). Mögliche Gründe für diese positiven Bewertungen finden sich in den Assoziationen der VPn. So war P23H der Auffassung, dass der Zutritt in herkömmliche Schweineställe nur mit Schutzmaske möglich sei. P21H vermutete, dass die Schweine sich durch den ständigen Zugang zum Auslauf besser auf der Fläche verteilen könnten als die Hähnchen<sup>23</sup>. P13H, der jedoch keine positive Bewertung äußerte, dachte beim Auslauf an „Schweine, die draußen rumlaufen“. P5H, die bereits die Fotos zur Masthähnchenhaltung in Aufgabenblock C gesehen hatte, bemerkte, dass darauf kein „Zugang zu dunklem Boden oder auch Rasen“ zu erkennen gewesen sei, den sie sich aber unter einem Auslauf vorstelle.

Bei den Hähnchen lautete die Information zum Auslauf: „*während mind. 1/3 der Lebensdauer uneingeschränkter Zugang zu Freigelände*“. Aus den Äußerungen der VPn wurde deutlich, dass die VPn das Wort „mindestens“ bei der Beurteilung der Information nicht berücksichtigten, sondern ihr Urteil an der Angabe „ein Drittel“ ausrichteten. Z.B. folgerte P4H, dass

---

<sup>23</sup> P21H hatte zuvor die Abbildung zur Öko-Masthähnchenhaltung (BH<sub>a</sub>) gesehen.



während zwei Drittel der Lebensdauer kein Zugang zu Freigelände bestehe. Zudem wurde deutlich, dass viele VPn die Angabe nicht sofort verstanden, sondern sich die Bedeutung herleiten mussten. Einige VPn hatten auf einer vorherigen Abbildung die Information gesehen, dass das Mindestalter der Hähnchen bei Schlachtung 81 Tage beträgt. Diese Angabe nutzten sie, um daraus die Lebenszeit im Stall bzw. mit Freigeländezugang zu errechnen (z.B. 50 Tage im Stall (P20H), weniger als vier Wochen mit Zugang zu Freigelände (P5H)) und die Information zum Auslauf zu beurteilen. P21H überlegte, dass in die „nicht mal dreißig Tage“ Lebensdauer, an denen sich die Tiere ihrer Ansicht nach draußen aufhielten, auch die „Schlafzeiten nachts im Stall“ eingerechnet sein könnten. P7B und P20H mutmaßten, dass Jungtiere noch keinen oder keinen uneingeschränkten Zugang zu Freigelände hätten. P5H stellte sich außerdem die Frage, wie kontrolliert werden könne, ob ein einzelnes Hähnchen tatsächlich ein Drittel seiner Lebensdauer im Freien verbracht habe.

Während P17B sich fragte, warum der Freigeländezugang nicht umfangreicher sei, machten P2B, P5H und P12B deutlich, dass die Information nicht ihrer Erwartung an die Haltung von Öko-Hähnchen entsprach. So wurde angenommen, dass Öko-Hähnchen länger als während mindestens einem Drittel ihrer Lebensdauer (P2B, P12B) oder während ihrer gesamten Lebensdauer (P5H) uneingeschränkten Zugang zu Freigelände hätten. P5H und P20H bewerteten die Lebenszeit mit Freigeländezugang als „zu wenig“ (P5H) bzw. „nicht viel“ (P20H). P14B fand es „schade“, dass der uneingeschränkte Freigeländezugang nicht für die gesamte Lebensdauer vorgeschrieben sei. P21H hingegen bewertete den angegebenen Umfang des Freigeländezugangs als „gut“ und den „richtige[n] Weg“, betonte aber, dass er aus ihrer Sicht auch größer sein könne. P7B wertete den Umfang des Freigeländezugangs positiv und P16H fand ihn „deutlich besser“ als denjenigen, den er bei „Nicht-Bio-Qualität“ (P16H) vermutete.

### *Platzangebot*

Bei den Mastschweinen erhielten die VPn die Information „*Stall- und Außenfläche je nach Körpergewicht mind. 1,0 bis 2,7 m<sup>2</sup> pro Tier*“. Die Angabe wurde unterschiedlich beurteilt:

(a) P1B, P6H, P12B, P17B und P21H äußerten, die Information nicht beurteilen zu können.

„So mit dem letzten/ *Stall- und Außenfläche je (..) Körpergewicht mind. 1,0 bis zwei Meter/ Zwei Quadratmeter (orig. 2,7 m<sup>2</sup>) pro Tier* kann ich so spontan nichts anfangen. Da weiß ich noch nicht, ob das viel oder wenig ist. Ein Quadratmeter, ja, klingt irgendwie alles insgesamt plausibel.“ (P6H: 38)

(b) P20H erklärte sich die Information mit der Größe der Schweine: Kleinen Schweinen stünden mindestens 1,0 m<sup>2</sup> und größeren Schweinen mindestens 2,7 m<sup>2</sup> zur Verfügung.

(c) Die angegebene Stall- und Außenfläche wurde als gering (z.B. „gefühlte sehr wenig“ (P8H)) oder zu gering (z.B. „deutlich zu wenig“ (P5H)) bewertet. P4H und P9H begründeten ihr Urteil mit fehlenden Bewegungsmöglichkeiten für die Tiere. P5H, P10H und P14B erwarteten, dass die Stall- und Außenfläche bei Öko-Betrieben größer sei als angegeben. So äußerte sich P5H „enttäuscht“ und „erstaunt“ darüber, „dass das schon unter Bio fallen würde“. P10H stellte sich vor, dass „ein ausgewachsenes Schwein, mehr oder weniger auch die Größe eines erwachsenen Menschen einnimmt“, und hoffte, dass es Betriebe gebe, die freiwillig über die

aufgeführten Anforderungen hinaus gingen. Alternativ sollten die Anforderungen verschärft werden. P10H fand des Weiteren, dass der Platz auf dem Bild, das er zuvor im Aufgabenblock C gesehen hatte, „ein Vielfaches“ der aufgeführten Quadratmeterzahlen betragen habe. P10H erwartete bei Öko-Betrieben eine Auslauffläche wie auf dem Bild dargestellt.

(d) Die angegebene Stall- und Außenfläche wurde als passabel (z.B. „ausreichend“ (P19H) „in Ordnung“ (P12B)) bewertet. P12B knüpfte ihre Einschätzung an die Bedingung, dass die aufgeführte Flächenvorgabe dem Platzangebot auf dem Bild aus Aufgabenblock C entspreche. Für P19H dürfte das Platzangebot auch „gerne etwas mehr“ sein, wenngleich sie dies als „fast unrealistisch“ einstufte.

(e) Es wurde angenommen, dass die aufgeführte Stall- und Außenfläche größer sei als in der Nicht-Öko-Tierhaltung (P13H, P16H) bzw. in der „normalen Massentierhaltung“ (P23H).

(f) P2B bezeichnete die Stall- und Außenfläche von 2,7 m<sup>2</sup> pro Tier als „sehr viel“.

Bei den Masthähnchen lautete die Information: „*max. 10 Tiere pro m<sup>2</sup> Stallfläche, mind. 4 m<sup>2</sup> Außenfläche pro Tier (Mobilställe abweichend)*“. Auch diese Information konnten mehrere VPn nicht einordnen. Z.B. fragten sich P3H und P4H, was die Information bedeute, und P6H fehlte eine Referenz, um die Platzvorgabe vergleichen zu können. P17B sagte in Bezug auf die Belegung von maximal 10 Tieren pro m<sup>2</sup> Stallfläche, dass er diese „mal in real“ sehen müsse, um sie sich besser vorstellen zu können. P20H verstand die Information so, dass die Außenfläche das „Vierfache“ der Stallfläche betrage. Die niedrige Stallfläche erklärte sich P20H damit, dass die Hähnchen zum Schlafen in den Stall gingen und dort eng beieinandersäßen. P5H nahm an, dass die Hähnchen aufgrund der Wildtiere nicht 24 Stunden am Tag im Auslauf seien.

Die Belegung von maximal 10 Tieren pro m<sup>2</sup> Stallfläche wurde von mehreren VPn als hoch (z.B. „relativ wenig Platz“ (P18H)) oder zu hoch („zu viel“ (P5H, P20H)) beurteilt. P14B fragte sich daher, „ob Bio wirklich das Nonplusultra“ sei. P2B, P5H und P14B erwarteten, dass in der Öko-Hähnchenhaltung weniger als maximal 10 Tiere pro m<sup>2</sup> Stallfläche erlaubt seien. P5H und P20H hatten den Eindruck, dass die Hähnchen im Stall „eingepfercht“ seien. P20H berichtete von der Hühnerhaltung seines Onkels, in dessen Stall 20 Tiere auf etwa 5 m<sup>2</sup> gehalten worden seien. P20H ging des Weiteren davon aus, dass sich in der Praxis an der Obergrenze von maximal 10 Tieren pro m<sup>2</sup> orientiert werde, und stellte sich vor, dass die Hähnchen „einfach irgendwie auf so einem Gitterrost ganz eng nebeneinander“ seien, was „nicht schön“ sei.

Anders als die Teilinformation zur Stallfläche wurde die Teilinformation zur Außenfläche positiv bewertet (z.B. „erst mal ganz ordentlich“ (P18H), „sehr gut“ (P5H)). P16H fand die Außenfläche von mindestens 4 m<sup>2</sup> pro Tier „deutlich passender“ als die Belegung von maximal 10 Tieren pro m<sup>2</sup> Stallfläche. P12B äußerte, dass die gesamte Information „*max. 10 Tiere pro m<sup>2</sup> Stallfläche, mind. 4 m<sup>2</sup> Außenfläche pro Tier (Mobilställe abweichend)*“ für sie „soweit“ passe.

Zur Teilinformation „*Mobilställe abweichend*“ äußerten sich nur wenige VPn. P20H sagte, dass er Mobilställe nicht kenne, vermutete aber, dass diese auf einer Wiese versetzt würden. P10H und P17B war nicht klar, inwiefern Mobilställe abwichen.

*Haltungsmerkmale unspezifisch – Abbildungen BSa und BHa (textliche Information)*

Nachfolgend werden Äußerungen vorgestellt, die einen Bezug zu den auf den Abbildungen BSa (Mastschweine) und BHa (Masthähnchen) gezeigten Informationen hatten, jedoch nicht eindeutig einem der Aspekte Einstreu/Boden, Auslauf oder Platzangebot zugeordnet werden konnten. Auch hierbei zeigte sich ein breites Spektrum an Beurteilungen.

P1B[S]<sup>24</sup> und P5H[H]<sup>25</sup> fanden es schwer, mit den gezeigten Informationen etwas anzufangen.

„Ja, also irgendwie ein paar Fragezeichen, die der Text aufwirft.“ (P5H: 70)

P19H[H] äußerte, dass sie die aufgeführten Informationen bereits kenne. P2B[S] berichtete, dass Nicht-Öko-Schweine „unter noch viel schlimmeren Bedingungen leben“. Für P10H[H] und P22H[S] entsprachen die dargebotenen Informationen ihrer Vorstellung von Öko-Haltung.

„So sollte es sein. Von daher ist es eine richtige Bio-Zertifizierung.“ (P22H: 61)

Mehrere VPn bewerteten das Gelesene positiv (z.B. „erst mal positiv“ (P19H[S]), „sicherlich interessant“ (P11H[H])). P6H[H] assoziierte mit den Informationen zur Hähnchenhaltung, dass die Tiere „doch eigentlich ein schönes Leben“ hätten. P8H[H] könne mit den gezeigten Angaben „leben“. P9H[H] fand es „schön“, dass die Haltung verbessert und z.B. „Freilauf“ ermöglicht werde. Für P1B[H] und P8H[H], die zuvor Abbildungen mit Informationen zur Schweinehaltung gesehen hatten, klängen die Informationen zur Hähnchenhaltung im Vergleich dazu „besser“. P6H[S] würde sich mit den Informationen zur Mastschweinehaltung auf Abbildung BSa „schon wieder mehr wohlfühlen“ als mit den Informationen, die er gerade zuvor auf der Abbildung BSb gesehen hatte. P9H[H] fand die dargebotenen Haltungsbedingungen „besser“ als in einem „geschlossenen Stall“. P23H[H] stellte heraus, dass die dargestellten Vorgaben im Vergleich zur „Massentierhaltung [...] schon eine andere Liga“ seien.

P24H[S] dagegen hielt die dargestellten Haltungsanforderungen für „sehr sehr niedrig“. P23H[H] fand die Vorgaben „auch nicht so richtig super üppig“. Die Merkmale klängen „nicht besonders streng“ und seien für das Tierwohl vermutlich „nicht ideal“. P23H[H] vermutete, dass es „nicht angebracht“ sei, dass Öko-Hähnchenfleisch manchmal „so teuer“ verkauft werde. Auch P19H[H] reichten die Vorgaben nicht aus, die EG-Öko-Verordnung sei jedoch „ein erster Schritt“. Einige VPn erwarteten, dass die Bedingungen in der Öko-Tierhaltung deutlich strenger (P24H[H]), besser (P2B[H], P24H[H]) oder „artgerechter“ (P24H[H]) seien als es die Informationen darlegten. Für P18H[S] deckten sich die Informationen „nur sehr eingeschränkt“ mit seiner Vorstellung von Öko-Tierhaltung. Das Öko-Label sei „von der Beschreibung her [...] nichts Halbes und nichts Ganzes“. P18H stellte sich vor, dass Öko-Tiere Auslauf im Freien [S, H] und ausreichend Bewegungsmöglichkeiten [S] haben<sup>26</sup>. P14B[H] stellte fest, dass die Öko-Tierhaltung „doch nicht so schön“ sei, wie sie gedacht habe. P9H, der zuvor das Foto zur Masthähnchenhaltung (Aufgabenblock C) gesehen hatte, zweifelte, ob Freilandhaltung „gesund“ sei, da sie auch eine Form der „Massenhaltung“ darstelle. P14B[S] hätte die gesehenen Informationen lieber nicht erhalten:

<sup>24</sup> [S] zeigt an, dass die VP die Äußerung zu einer Abbildung zu den Schweinen getätigt hat.

<sup>25</sup> [H] zeigt an, dass die VP die Äußerung zu einer Abbildung zu den Hähnchen getätigt hat.

<sup>26</sup> P18H tätigte diese Äußerung zu den Abbildungen BSb bzw. BHb.

„(Stöhnt) Mann Mann Mann. Manchmal wünscht man sich weniger Informationen.“ (P14B: 221)

Die öko-kritische VP P15B[S] äußerte zwar, dass ihm gute Haltungsbedingungen „grundsätzlich“ wichtig seien, sagte aber auch, dass er nicht bereit sei, für Öko-Produkte einen Mehrpreis zu zahlen. Gute Haltungsbedingungen seien nicht nur in der Öko-Tierhaltung möglich, vielmehr könne „auch jeder andere Landwirt“ den Öko-Standard umsetzen. So sei „bei diesen Bio-Fuzzis“ eine „große Show“ dabei. P15B[S] glaubte nicht, dass es Nicht-Öko-Betrieben „wirklich so viel schlechter geht, wie es immer allgemein gesagt wird“. Die dargestellten Haltungsanforderungen fand P15B[H] „nicht so richtig überzeugend“ und glaubte nicht, dass sie „eine wesentliche Verbesserung“ gegenüber konventioneller Haltung darstellten. Die Haltungsbedingungen auf einem kleinen Bauernhof seien „auf jeden Fall besser“.

### Öko-Futter

Die Information zum Einsatz von Öko-Futter lautete bei den Mastschweinen „*Fütterung mit 100% Bio-Futtermitteln (bei Ferkeln bis zu 5% nicht-biologisches Futter möglich)*“ und bei den Masthähnchen „*Fütterung mit 100% Bio-Futtermitteln (bei Junggeflügel bis zu 5% Nicht-Bio-Futter möglich)*“. Die Fütterung mit 100 % Öko-Futtermitteln war P11H[S] nach eigener Aussage bekannt, P23H[H] „klar“ und P20H[H] gab an, dies bereits vermutet zu haben. Dass Ferkel bis zu 5 % nicht-ökologisches Futter erhalten könnten, hatte P11H[S] laut eigener Aussage jedoch nicht gewusst. P2B[H], P4H[H], P21H[S, H] und P24H[H] fragten sich, warum diese Einschränkung für Jungtiere existiere. P24H[H] sagte zusätzlich, dass er dies nicht verstehe.

P6H[H] fand die Information „*Fütterung mit 100% Bio-Futtermitteln (bei Junggeflügel bis zu 5% Nicht-Bio-Futter möglich)*“ „okay“. Die Fütterung mit Öko-Futtermitteln wurde als „in Ordnung“ (P12B[H], P13H[H]), „gut“ (P12B[S]) und „sehr gut“ (P1B[S], P16H[H]) bewertet. Die öko-kritische VP P15B[S] war dagegen der Auffassung, dass Öko-Futtermittel „überhaupt nicht“ sein müssten. P14B[S] sah eine Fütterung mit 100% Öko-Futtermitteln als nicht erforderlich an, solange die Tiere gut gehalten würden. Die Vorgabe, dass bei Ferkeln bis zu 5 % nicht-ökologisches Futter möglich sind, hörte sich für P13H[S] „nach Risiko und Nebenwirkung“ an. Im Fall der Hähnchen bezeichnete P13H[H] die Einschränkung als „juristisch spitzfindig“, sah sie aber als „eher gar nicht so maßgebend“ an.

### Futtermittelherkunft

Zur Futtermittelherkunft wurde den VPn sowohl auf der Abbildung zu den Schweinen als auch auf der Abbildung zu den Hähnchen folgende Information gegeben: „*mind. 30% der Futtermittel stammen vom eigenen Betrieb oder aus regionaler Betriebskooperation*“. P20H[H] äußerte, dies bisher nicht gewusst zu haben. P13H[S] und P23H[H] waren unsicher, was der Begriff „Betriebskooperation“ genau bedeutet. P13H[S] bezeichnete den Begriff als „kompliziert“ und vermutete, dass 30 % der Futtermittel aus dem „unmittelbaren Umfeld“ stammen müssten. P23H[H] dachte, dass „Betriebskooperation [...] vielleicht auch nicht unbedingt lokal“ bedeuten müsse.

Mehrere VPn bewerteten die Information zur Futtermittelherkunft positiv (z.B. „schon mal gut“ (P14B[H]), „top“ (P21H[H])). Die Vorgabe wurde mit „weniger zukaufen“ (P12B[S]), kürzeren Transportwegen (P4H[H], P21H[S], P21H[H]), einer Stärkung des eigenen Betriebs (P21H[H])

sowie „Nachhaltigkeit“ (P16H[H]) assoziiert. Andererseits stufen mehrere VPn den regionalen Mindestanteil von 30 % als gering ein (z.B. „relativ niedriger Wert“ (P24H[H])). Es zeigte sich erneut, dass nicht alle VPn das Wort „mindestens“ bei der Beurteilung berücksichtigten. So fragte sich z.B. P4H[S], ob es „schon ausreichend“ sei, wenn 30 % der Futtermittel aus der Region stammten und 70 % nicht. Während P2B[H] äußerte, „keinen Vergleich“ zu haben, war P24H[H] der Ansicht, dass ein deutlich höherer regionaler Anteil möglich sein müsste. P21H würde es begrüßen, wenn der regionale Mindestanteil mehr als 30 % betragen würde, vermutete aber auch, dass „flächenmäßig“ [S] oder „kapazitätsbedingt“ [H] kein höherer Anteil möglich sei. Die öko-kritische VP P15B[H] hielt eine regionale Futtermittelherkunft für „nicht unbedingt notwendig“.

### *Mastdauer*

Auf der Abbildung zu den Hähnchen wurde des Weiteren über die Mastdauer der Tiere informiert. Die Angabe lautete: *„Einsatz langsam wachsender Rassen oder Mindestalter bei Schlachtung von 81 Tagen“*. P14B schien nicht zu verstehen, was es mit langsam wachsenden Rassen auf sich hat, da sie sich fragte, warum diese sein müssten. P12B und P13H befürworteten den Einsatz langsam wachsender Rassen („gut“ (P12B), „sehr positiv“ (P13H)). P13H dachte dabei an die „intensive Züchtung“, bei der die Tiere „mit extrem schnellem Wachstum [...], leidendem Knochenbau und übergewichtiger, hochgezüchteter Brust eigentlich ein Bild des Jammers abgeben“. P12B ging davon aus, dass es sich bei langsam wachsenden Rassen nicht um Masttiere handle, „die nach einer Woche oder irgendwo schon wieder geschlachtet werden und vollkommen nur fettgefüttert sind“.

In Bezug auf das Mindestalter bei Schlachtung von 81 Tagen äußerten einige VPn, dass sie dieses aufgrund fehlenden Wissens über die Größe und das Alter von Masthähnchen nicht einordnen könnten.

„[...] Ehrlich gesagt, weiß ich gar nicht, wie groß ein Masthähnchen nach 81 Tagen in der, (sag mal?), Massenproduktion ist und wie das in einer anderen Produktion ist. Insofern sagt mir diese 81 Tage relativ wenig.“ (P24H: 49)

Einige VPn hielten das Mindestalter bei Schlachtung für gering (z.B. „nicht lang“ (P16H), „noch immer jung“ (P21H)). Dennoch fand P16H ein Mindestalter bei Schlachtung „grundsätzlich [...] gut“ und P21H ging davon aus, dass die Mastbedingungen nach EG-Öko-Verordnung „viel besser“ seien als die in der konventionellen Tierhaltung. Andere VPn nahmen an, dass die Lebensdauer etwas länger als bei herkömmlicher Haltung sei. P5H fand es „schon erschreckend und eigentlich auch bisschen wahnsinnig“, dass die Tiere nach einer derartigen Zeitspanne schon wieder geschlachtet würden. P9H berichtete, dass Hühner aus Vermarktungs- und Kostengründen in kurzer Zeit gemästet würden, was die Fleischqualität negativ beeinflusse. Die öko-kritische VP P15B fand die Information zur Mastdauer „in Ordnung“, sofern dies einen „Geschmacksgrund“ habe. Ansonsten erschließe sich ihm der Sinn nicht, da die Tiere „von dem Leben [...] dann auch nicht mehr“ hätten.

### *Krankheitsprävention*

Die Information zur Krankheitsprävention lautete sowohl bei den Schweinen als auch bei den Hähnchen: *„Krankheitsvorbeugung u.a. durch geeignete Tierrassen, hochwertige Futtermittel und Auslauf“*. Einige VPn bewerteten diese Information positiv (z.B. „gut“ (P5H[S], P24H[H])). P20H[H] nahm an, dass die genannten Maßnahmen zur Krankheitsprävention die Notwendigkeit verringerten, die Tiere ärztlich oder mit Medikamenten zu versorgen. P16H[H] fand insbesondere hochwertige Futtermittel und Auslauf als Maßnahmen der Krankheitsvorbeugung „passend“. Der Einsatz geeigneter Tierrassen wurde von P14B und P21H positiv bewertet („schon mal gut“ (P14B[S]), „gut“ (P21H[H])). P13H[H] und P20H[H] vermuteten, dass robuste Tierrassen eingesetzt würden, was P13H[H] „richtig und gut“ fand. Die geeigneten Rassen wurden mit einem weniger schnellen Wachstum (P20H[H]), einer höheren Resistenz (P21H[H]) und einem guten Geschmack (P21H[H]) in Verbindung gebracht. Die öko-kritische VP P15B[H] äußerte sich dagegen skeptisch, ob die aufgeführten Maßnahmen zur Krankheitsvorbeugung nutzbringend sei („Naja, wenn das dann hilft.“).

### *Antibiotika*

Sowohl auf der Abbildung zu den Schweinen als auch auf der Abbildung zu den Hähnchen wurde den VPn folgende Information zum Antibiotikaeinsatz gegeben: *„Krankheitsbehandlung mit Antibiotika möglich, wenn andere Mittel nicht geeignet sind“*. P3H[S] berichtete, dass in der Öko-Mastschweinehaltung keine präventive Gabe von Antibiotika erlaubt sei und dass im Falle einer Verabreichung Sperrzeiten gälten. P5H und P7B erwarteten, dass in der Öko-Tierhaltung keine (P5H[H]) oder so wenig wie möglich (P7B[H]) Antibiotika eingesetzt werden. Mehrere VPn äußerten sich jedoch skeptisch bezüglich des tatsächlichen Einsatzes von Antibiotika. P6H[S] erinnerte sich daran, gelesen zu haben, dass Antibiotika auch präventiv verabreicht werden. P4H[H] und P20H[H] bezeichneten die Formulierung *„wenn andere Mittel nicht geeignet sind“* als „weich“ und P16H[H] fand die „Auslegungsebene“ dahingehend, welche Mittel nicht geeignet seien, „relativ breit“. P16H[H] und P20H[H] nahmen daher an, dass möglicherweise doch leicht auf Antibiotika zurückgegriffen werden könnte. P5H[S] und P14B[S] gingen davon aus, dass der Einsatz von Antibiotika auch in der Öko-Tierhaltung verbreitet ist. So vermutete P5H[S], dass „Antibiotika unter der Hand die erste Wahl sein wird“. P14B[S] verstand die Information zum Antibiotikaeinsatz so, dass Öko-Schweine „genauso vollgepumpt sein können wie herkömmliches Schweinefleisch“. Die dargestellte Regelung sei zwar „das kleinere Übel“, aber „immer noch nicht“ besser (P14B[H]).

Mehrere VPn bewerteten den Einsatz von Antibiotika negativ (z.B. „grundsätzlich [...] schlecht“ P24H[H]) oder präferierten eine Krankheitsbehandlung ohne Antibiotika (z.B. „Das sollte ohne Antibiotika sein.“ (P22H[H])). P4H[H] wies aber auch darauf hin, nicht beurteilen zu können, ob Antibiotika nötig seien oder nicht. P24H[H] berichtete, dass mit dem Einsatz von Antibiotika ein Verlust ihrer Wirkung verbunden sei, und glaubte, dass dies „gerade im Bereich der Tierhaltung“ und „irgendwann“ auch für die Menschen ein Problem darstelle. Antibiotika sollten daher „das letzte Mittel“ sein. P12B[S] deutete an, den Einsatz von Antibiotika in Ausnahmefällen zu akzeptieren („[...] aber okay, ist beim Menschen ja auch immer nur im Notfall“). P13H[S] fand den Antibiotikaeinsatz in Ordnung, wenn er „angezeigt und nötig“ sei. P21H[H]

lehnte ihn nicht grundsätzlich ab („Da bin ich durchaus kein Gegner von.“ (P21H: 68)) und verwies darauf, dass sie selbst auch krank werden und Antibiotika benötigen könne.

### *Ferkelkastration*

Auf der Abbildung zu den Schweinen war zudem die Angabe „*Ferkelkastration zulässig*“ enthalten. Einige VPn schienen aufgrund von fehlendem Wissen oder aufgrund von Irritation keine Gedanken zur Information zu haben. So sagten P17B und P21H, dass sie die Information nicht einordnen könnten, da sie nicht wüssten, was die Ferkelkastration bedeute. P13H nahm die Information „einfach nur so zur Kenntnis“. P16H äußerte, gar nicht zu wissen, was er zur Information denken solle. Andere VPn dagegen konnten mit der Information mehr anfangen. So berichtete P19H, dass die aktuelle Praxis der Ferkelkastration nicht zulässig sei. P19H meinte damit vermutlich die Zulässigkeit der betäubungslosen Kastration in der Öko-Tierhaltung. P22H sagte, dass die Maßnahme „normal“ und P5H, dass sie „sehr umstritten“ sei. P5H glaubte, dass die Kastration zum einen mit dem Ziel einer schnelleren Gewichtszunahme und zum anderen zur Verhinderung von Rankämpfen durchgeführt werde. Einige VPn sahen die Ferkelkastration kritisch (z.B. „erst mal unschön“ (P20H), „Tierquälerei“ (P15B)), stellten aber auch heraus, dass ihnen nicht bekannt sei, „wie notwendig“ die Maßnahme sei (P18H) oder welche Alternativen es gebe (P12B, P15B). P18H erwartete in der Öko-Tierhaltung keine Ferkelkastration.

„*Ferkelkastration zulässig*. [...] Bio hat für mich nichts mit Ferkelkastration, schon gar nicht Ferkelkastrationen unter den derzeit bekannten Bedingungen, die noch gültig sind. Das würde mir schwerfallen, dass als Bio noch unterzuordnen. Hm (nachdenklich).“ (P18H: 42)

### *Haltungsmerkmale unspezifisch – Abbildungen BSb und BHb*

Nachfolgend werden Äußerungen vorgestellt, die einen Bezug zu den auf der Abbildung BSb (Mastschweine) oder BHb (Masthähnchen) gezeigten Informationen hatten, jedoch nicht eindeutig einem der Aspekte Öko-Futter, Futtermittelherkunft, Krankheitsprävention, Antibiotika, Ferkelkastration (Schweine) oder Mastdauer (Hähnchen) zugeordnet werden konnten. Einige VPn bewerteten die Informationen positiv (z.B. „ganz gut“ (P17B[H]), „Gut, dass es das gibt mit dem Bio.“ (P23H[S]: 68)). P19H[H] hatte zuvor den Aufgabenblock D sowie die Abbildung BHa gesehen und fand die Informationen „wesentlich positiver als die vorangegangenen Folien“. Für P6H[H] passten die Angaben zu seinem Wissen und zu seiner Einstellung zum Essen. Für P10H[S, H] passten die Merkmale zu seinen Erwartungen, wenngleich er dies auf der Abbildung zu den Schweinen mit der Einschränkung „im Wesentlichen“ versah. P19H[H] verband die Merkmale mit den Bioland-Richtlinien, welche ihr bekannt seien. P20H[H] nahm an, dass es Bio-Siegel gebe, „die noch ein bisschen strenger sind“. Dies sei jedoch auch ein „Kostenpunkt“, den eine Betriebskantine berücksichtigen müsse. Andere VPn hingegen bewerteten die dargebotenen Merkmale als noch nicht ausreichend (z.B. noch nicht „schön“ (P4H[S]), „Da könnte noch mehr gehen.“ (P24H[S]: 59)). P24H erwartete in der Öko-Tierhaltung „deutlich“ strengere Anforderungen [H] und eine artgerechtere Haltung als dies die dargebotenen Merkmale vermittelten [S]. Auch P5H[H] schien zum Teil eine andere Vorstellung von Öko-Tierhaltung gehabt zu haben, da sie die Informationen als „teilweise sehr erstaunliche Punkte“ bezeichnete. P11H[H] hoffte, dass in der Tierhaltung nach EG-Öko-Verordnung mit männlichen

Küken „nicht sowas Schlimmes“ passiere, und meinte damit vermutlich das Töten männlicher Eintagsküken.

#### *Nützlichkeit der Textinformationen bei der Menüwahl*

Mehrere VPn äußerten sich auch zur Nützlichkeit der dargebotenen Textinformationen bei der Menüwahl<sup>27</sup>. Während Äußerungen von P6H, P7B, P8H und P12B darauf hindeuten, dass die Stichwortinformationen die Entscheidung für das Öko-Fleischgericht unterstützen konnten, bewerteten P2B, P3H, P9H, P11H, P13H und P23H den Umfang, den Detailgrad oder die Art der gegebenen Informationen beim Speiseplan als ungeeignet. P8H fand es nach Ansicht der Informationen auf Abbildung BHa<sup>28</sup> „auf jeden Fall in Ordnung“, das angebotene Hähnchenfleisch zu essen. P12B ging in Bezug auf die Vorgabe zum Auslauf bei Schweinen davon aus, dass das Fleisch schmackhafter sei. P6H äußerte nach dem Lesen der Angaben auf Abbildung BHb<sup>29</sup>, dass er das Hähnchenfleischmenü mit „Genuss“ essen würde. Nach dem Lesen der Merkmale auf Abbildung BSb<sup>30</sup> berichtete P6H jedoch, dass er beim Verzehr des Schweinefleischmenüs ein schlechteres Gefühl habe als ohne Kenntnis dieser Informationen. P7B bezeichnete die Informationen als „kurz“, „verständlich“, „übersichtlich“ und „nett“. P14B fand „das Bild vorher schöner“ und bezog dies auf das Foto aus der Mastschweinehaltung (Aufgabenblock D), das ihr zuvor gezeigt worden war.

P2B, P11H und P13H äußerten einerseits positive Bewertungen (z.B. „ganz interessant“ zu erfahren, wie die Schweine gefüttert werden (P13H)). Andererseits übten diese wie auch andere VPn deutliche Kritik an den dargebotenen Stichpunkten. So wurden der Umfang, die Art und der Detailgrad der Informationen kritisiert: „recht viele Informationen“ (P2B); „viel zu viel Text“ (P3H); „schon fast zu kompliziert“ (P13H); „sehr detailliert[.]“ (P11H). Für P3H war das Aufführen der genauen Zahlen „für einen Speiseplan einfach zu viel“. P13H meinte in Bezug auf die Information zur Krankheitsbehandlung, dass er Antibiotika auf dem Speiseplan nicht lesen wolle. P11H und P13H wiesen darauf hin, dass sie sich die Merkmale auf dem Weg in die Betriebskantine nicht durchlesen würden. P2B ging davon aus, dass die meisten Leute die Merkmale nicht durchlesen würden, sondern nur Personen, die daran interessiert seien. P3H bezeichnete die Angaben beim Speiseplan als „unnötig“. Personen, die Öko-Landwirtschaft kennen und sich bewusst dafür entschieden, wüssten, dass es dabei um „bessere Tierbedingungen“ gehe. Diese Personen benötigten auf dem Speiseplan keine Informationen dazu, wie diese Bedingungen im Einzelnen seien. P3H, P11H und P13H äußerten, dass ihnen das Bio-Siegel (P3H, P11H) bzw. die Öko-Kennzeichnung (P13H) als Information auf dem Speiseplan ausreiche. P13H würde weitere Informationen eventuell einmal „in einer ruhigen Minute“ lesen, um mehr über das Angebot in seiner Kantine zu erfahren.

---

<sup>27</sup> Die Äußerungen fanden sich in unterschiedlichen Kategorien, z.B. unter „Auslauf“, „Antibiotika“ oder „Haltungsmerkmale unspezifisch“, wieder.

<sup>28</sup> Abbildung BHa enthielt die Informationen zur Einstreu/Bodenbeschaffenheit, zum Freigeländezugang und zum Platzangebot bei Hähnchen.

<sup>29</sup> Abbildung BHb enthielt die Informationen zum Einsatz von Öko-Futtermitteln, zur Futtermittelherkunft, zur Mastdauer, zur Krankheitsvorbeugung und zur Krankheitsbehandlung mit Antibiotika.

<sup>30</sup> Abbildung BSb enthielt die Informationen zum Einsatz von Öko-Futtermitteln, zur Futtermittelherkunft, zur Krankheitsvorbeugung, zur Krankheitsbehandlung mit Antibiotika und zur Ferkelkastration.



P2B und P3H machten darüber hinaus Vorschläge, wie die Informationen besser aufbereitet werden könnten. P2B würde „weniger Text“ und „mehr Schlagworte“ darstellen und die Abbildung „hübscher gestalten“. P3H schlug vor, dass für Personen, die an weiteren Informationen interessiert seien, die wichtigsten Bedingungen über ein Sternchen an der Menü-Bezeichnung kenntlichgemacht werden könnten. Zu den wichtigsten Bedingungen zählte P3H die „Haltung auf Stroh, Naturmaterial“, „ausreichend Auslauf“ und „gute Lebensbedingungen“. P3H schlug alternativ vor, die Erläuterungen als Plakat in der Betriebskantine auszuhängen oder die Informationen zusammen mit den bereits gesehenen Fotos aus der Tierhaltung (Aufgabenblock C) in einer „Vorabinfo“ zur Verfügung zu stellen.

P23H wollte beim Mittagessen „nicht unbedingt mit diesen Merkmalen konfrontiert“ werden. P9H äußerte, dass ihn die Haltungs- und Fütterungsbedingungen der Tiere bei der Menüwahl in der Kantine nicht weiter interessierten. Wichtig seien der Geschmack und die Zubereitung des Essens. Die Auseinandersetzung mit den Haltungsbedingungen demotiviere ihn bei der Essensauswahl eher.

„[...] Im Zusammenhang mit dem Speiseplan, dem Mittagsgericht, interessiere mich als Verbraucher, als Essensteilnehmer im Prinzip nicht zwingend dafür, wie jetzt das Schnitzel, das, was vor mir liegt, gefüttert wurde, und Hauptsache ist für mich eigentlich, dass das Schnitzel schmeckt und gut zubereitet ist. Die Auseinandersetzung, wie das Tier jetzt gehalten wurde oder ob es Antibiotika erhalten hat oder nicht, ist eher, ja, demotivierend als Appetit anregend.“ (P9H: 53)

### 3.3.3.4 Informationen in Bildform

Die Haltungsinformationen in Bildform (Aufgabenblock C) bestanden aus zwei Fotos. Das eine Foto zeigte Öko-Mastschweine in strohbedeckten Auslaufbuchten und das andere Foto zeigte Öko-Masthähnchen im Grünauslauf mit einem Stall im Hintergrund. Jedes Bild enthielt zudem eine Bildunterschrift, die je nach Tierart lautete: „Bio-Mastschweine [Bio-Masthähnchen] im Auslauf“. Wie bei der Einleitung der Haltungsinformationen in Textform (vgl. Kapitel 3.3.3.3) brachten auch hier einige VPn den Begriff „Mast“ nicht mit Öko-Tierhaltung in Verbindung. Was genau die VPn unter Mast verstanden, wurde jedoch nur ansatzweise deutlich. So nahm P21H an, dass Mast die „gängige Fütterungsart“ sei, und assoziierte sie nicht mit „fairer Tierhaltung“.

„[...] *Bio-Mastschweine im Auslauf*. Auch hier stelle ich mir die Frage, wie Mästen und *Bio* zusammenpasst. Also der ganzheitliche Gedanke zu, ja, fairer Tierhaltung, sagen wir mal so, ist in meinen Augen auch hier nicht ganz getroffen mit dem Ausdruck. Hm (nachdenklich).“ (P21H: 61)

#### *Bild Öko-Mastschweinehaltung*

In Bezug auf das Foto mit den Öko-Mastschweinen im Auslauf beschrieben mehrere VPn das Verhalten der Schweine und schätzten den Zustand der Tiere als gut ein. So wurde z.B. angeführt, dass die Schweine in der Lage seien, sich zu bewegen (P4H, P16H), zu beschnuppern (P4H), miteinander zu „toben“ (P24H) sowie zu liegen, zu stehen, zu schlafen und zu trinken, „wie auch immer sie wollen“ (P5H). Die Schweine wurden u.a. als „glücklich“ (P13H, P14B, P22H), „zufrieden“ (P13H), „qietschfidel“ (P13H), „gesund“ (P8H, P22H), „ordentlich“ (P8H, P9H) und „sauber“ (P9H) beschrieben. Einige VPn bemerkten zudem das Schwein, das in einer Ecke des Auslaufgeheges im Stroh lag, und gingen davon aus, dass es dem Tier gut

gehe. P24H hoffte, dass das Schwein nicht verstorben sei, sah jedoch keine Hinweise für eine „problematische Tierhaltung“.

Die VPn gingen in ihren Äußerungen auf einzelne Aspekte der Haltungsumgebung wie den Auslauf, das Platzangebot und die Haltung auf Stroh ein. Mehrere VPn stufte den dargestellten Auslauf als positiv und umfangreich ein (z.B. „schön viel Auslauf“ (P1B)). Positiv herausgestellt wurde auch der Kontakt der Tiere mit der natürlichen Umwelt, wie der Zugang zu frischer Luft (P5H, P6H) und „Sonnenlicht“ (P19H). P6H fand den Auslauf zwar „schön“ und ausreichend und berichtete von einem „guten Gefühl“, wenn das Mastschwein unter den dargestellten Bedingungen aufwachse. Allerdings schien P6H fälschlicherweise die Felder im Hintergrund des Stalls als Auslauf zu interpretieren.

„Hinter den Stallungen ist so ein schöner Auslauf, irgendwelche Felder, insofern, das unterstreicht so ein bisschen das positive Bio-Schwein und die *Frikadelle* davon. Also ich glaube, da hätte man ein gutes Gefühl gegenüber dem Mastschwein, wenn das tatsächlich so aufwächst. Also insofern, ja, eine absolute positive Assoziation dazu und, ja, gefühlt scheinen die sich da wohlfühlen, haben genug Auslauf. [...]“ (P6H: 48)

Während P14B äußerte, dass der Auslauf im Freien ihrer Vorstellung von Schweinehaltung entspreche, erwarteten andere VPn, dass Öko-Schweine im Freien auf einer „Wiese“ (P10H, P11H, P18H) bzw. „Weide“ (P3H) gehalten würden.

„Hätte ich mir erwartet, dass es mehr grün ist, dass die auch auf einer Wiese sind und nicht in so einem, weiß ich nicht, was das ist, ja, mit Erde und Stroh ausgestreutem Stall, der halt offen ist (stöhnt). Wiese wäre besser. Sieht doch schon ein bisschen wie Tierknast aus.“ (P3H: 42)

Zudem wurde bemerkt, dass die Schweine keine Möglichkeiten zum Suhlen hätten, weshalb die Tiere sauber aussähen. P4H fand die Haltung auf dem Foto nicht so schön wie die Freilandhaltung von Schweinen, welche er in einem Urlaub in Dänemark gesehen hatte. Mehrere VPn bemerkten darüber hinaus die Haltung auf Stroh und einige VPn stellten sie als positiv heraus. Z.B. sah P20H die Strohhaltung als eine „bessere Lösung“ als die Haltung auf „Gittern [...] oder irgendwie sowas“ an.

Einige VPn gingen auf die Haltung der Schweine in Auslaufbuchten ein und beschrieben diese mit Eindrücken wie „eingezäunt“ (P13H) oder „abgetrennt“ (P19H). Während diese Form der Haltung für einige VPn noch tolerierbar erschien (z.B. „besser“ als wenn die Schweine „einzeln gehalten“ werden (P24H)), war P18H skeptisch, ob auf dem Foto tatsächlich Öko-Mastschweine abgebildet seien. P18H erwartete, dass Öko-Mastschweine eben nicht „in Gruppen getrennt“, sondern „freilaufend“ und „durcheinander“ gehalten würden.

Keine der VPn äußerte, dass die auf dem Foto abgebildeten Schweine zu wenig Platz hätten. Die Einschätzungen variierten jedoch von wenig bis viel Platz. Beispiele für Äußerungen sind: „relativ viele Schweine auf engem Raum“ (P21H); „nicht besonders viel Freifläche“ (P24H); „ein bisschen Platz“ (P4H); „nicht sonderlich eng [...], aber schon ja noch eingesperrt, eingepfercht“ (P11H); Schweine sind „nicht ineinandergepfercht“, können sich „frei bewegen“ (P5H); Tiere können „umherlaufen“ (P4H); „reichlich Platz“ (P16H).

Einige VPn gingen außerdem auf weitere Aspekte der Haltung ein. Z.B. bemerkte P21H eine „gefährlich“ wirkende Konstruktion mit „Spitzen, die aus einer Metallstange kommen“, und

vermutete, dass es sich dabei um die „Wassertränke“ handle. P18H fehlten auf dem Bild Informationen darüber, wie „Bio-like“ die Ernährung oder „wie gemischt sie doch mit Massenfutter“ sei. P13H, der bereits in Block B die Information zum Einsatz geeigneter Tierrassen in der Öko-Haltung gesehen hatte, erwartete eine Schweinerasse, die „robust und althergebracht“ sei, was er jedoch „auf den ersten Blick“ nicht erkennen könne.

Insgesamt wurde das Bild mit den Öko-Mastschweinen im Auslauf von mehreren VPn positiv bewertet, wenngleich die Stärke der positiven Bewertung variierte. So reichten die Äußerungen beispielsweise von „ganz nett“ (P7B, P11H) über „eher positiv“ (P16H) bis hin zu „sympathisch“ (P6H) und „Idylle“ (P6H). Für einige der VPn deckte sich das Gesehene mit ihrer Vorstellung von „artgerechter“ Haltung (P12B), von „Tierwohl“ (P15B) oder von Öko-Schweinehaltung (P10H). Dagegen hielt P3H das Bild unter dem Aspekt, dass es sich um Öko-Mastschweine handeln solle, für „unglaublich(.).“ P15B fand die abgebildete Haltung grundsätzlich „gut“. Er wiederholte aber seine Öko-kritische Einstellung und fand, dass es auch „genug andere Landwirte“ gebe, die ihre Tiere auf die dargestellte Weise hielten. Dafür brauche es keine Öko-Zertifizierung und keine zusätzlichen Vorschriften.

#### *Bild Öko-Masthähnchenhaltung*

Wie bei den Mastschweinen beschrieben mehrere VPn auch beim Foto mit den Öko-Masthähnchen das Verhalten der abgebildeten Tiere und schätzten deren Zustand ebenfalls als gut ein. Genannt wurde beispielsweise die Möglichkeit für die Hähnchen, frei herumzulaufen (P14B, P19H) und zu picken (P4H, P9H, P19H, P24H). Die Hähnchen selbst wurden u.a. als „gesund“ (P24H), mit „gute[m] Gefieder“ (P19H) und „glücklich“ (P1B, P5H, P13H, P14B) bezeichnet. Mehrere VPn bemerkten zudem, dass eine große Anzahl an Tieren zu sehen sei und einige äußerten, dass sie weniger Tiere erwartet hätten. So wurde die Anzahl der Hähnchen mit den Worten „viele“ (P11H, P13H, P14B, P16H, P23H), „viele viele“ (P12H, P20H) und „sehr viele“ (P22H) beschrieben. Während P19H die Anzahl der Hähnchen zwar „sehr zahlreich“, aber „akzeptabel“ fand, sah P23H seine Erwartung, dass die Hühner „ganz in Freiheit“ lebten, durch den Stall und die „ganzen vielen Hühner“ nicht vollständig erfüllt. P11H erwartete, dass in der Öko-Tierhaltung deutlich weniger Hähnchen als abgebildet gehalten werden.

„[...] Es wird einfach deutlich, selbst wenn es *Bio* ist, dass es doch gewisser Weise einfach dann VIELE Tiere sind, die gehalten werden. Zwar anders als wirklich ganz eng im Stall und dass sie nicht rauskommen, aber es sind halt auch VIELE Tiere. [...] Es ist doch, ja, nicht nur quasi für den Privathaushalt/ Also wenn man jetzt sich autark wirtschaften würde und selber mal Hühner im Garten/ Da hat man vielleicht, weiß ich nicht, eine Handvoll. Ist schon viele (lacht).“ (P11H: 78)

Die Haltung an sich wurde als „ordentlich(.).“ (P12B) und „vernünftig“ (P13H) bezeichnet. Die VPn gingen darüber hinaus auf einzelne Aspekte der Haltungsumgebung, wie den Auslauf, das Platzangebot und den Stall, ein.

Der Auslauf im Freien wurde von mehreren VPn bemerkt und positiv bewertet. Dabei fielen immer wieder Begriffe, die die freie Bewegung der Tiere in freier Umgebung herausstellten, z.B.: die Hähnchen sind „an der frischen Luft“ (P1B); die Hähnchen sind „draußen“ (P11H); „freilaufende“ Tiere (P19H); „keine Trennung [...] in irgendwelche Gruppen“ (P18H); nicht in „Käfighaltung“ (P21H). Der Umfang des Auslaufs wurde als „ordentlich“ (P8H; P24H) und „viel“

(P1B) beurteilt. Für P10H sah die Haltung „schon sehr nach Freilauf“ aus, was „möglicherweise“ seine Erwartung an die Haltung von Öko-Hähnchen erfülle. Für P14B passten „freilaufende Hühner“ zu ihrer Vorstellung von Tierhaltung.

Das Freigelände wurde als „grüne Wiese“ (P16H, P22H, P24H), „Wiese“ (P5H, P11H), „Rasen“ (P4H) oder „Grünfläche“ (P22H) beschrieben und positiv bewertet, z.B.: „schöne grüne Wiese“ (P24H); „schön [...] anzuschauen, wie die Hühner auf der Wiese picken“ (P9H); „das Grün“ macht das Bild „positiv“ (P3H). P9H nannte die Haltungsumgebung ein „bisschen idealisiert“ und begründete dies damit, dass Hähnchen „natürlich keine Weidetiere“ seien. Geflügel sitze normalerweise in Gebüsch oder im Wald und wäre „hier natürlich auf der Wiese auch ziemlich ungeschützt gegen Raubvögel oder auch Thema Vogelgrippe und so“. P6H hatte „Angst, dass irgendein Raubvogel da oben kreist und sich die Dinger dann holt“.

Das den Hähnchen zur Verfügung stehende Platzangebot wurde insgesamt als umfangreich beschrieben (z.B. „viel Platz“ (P12B)) und als ausreichend bewertet (z.B. „genug Platz“ (P6H)). Einige VPn gingen darüber hinaus auf den Stall ein, der von manchen VPn auch als Halle (P16H, P20H) bezeichnet wurde. Der Stall wurde als groß (P5H, P20H) beschrieben und biete den Hähnchen die Möglichkeit, sich bei Dunkelheit oder schlechter Witterung zurückzuziehen (P12B, P16H).

P18H leitete aus dem Umstand, dass die Hähnchen „draußen rumpicken“ würden, ab, dass die Tiere „Freilandfutter“ zur Verfügung hätten. Gleichzeitig vermisste P18H, ähnlich wie auf dem Bild mit den Schweinen, Informationen darüber, ob die Tiere auch Mastfutter, Mais oder Ähnliches erhielten. P18H berichtete, dass es in der Schweinehaltung „gechipte Tiere“ mit „Ohrmarken“ gebe, über die „irgendwelche Futterkontrollen“ durchgeführt würden, und bemerkte, dass die Futtermittelversorgung im Stall auf dem Bild nicht zu erkennen sei.

Wie das Bild mit den Schweinen wurde auch das Bild mit den Hähnchen von mehreren VPn insgesamt positiv bewertet, wobei auch hier die Stärke der positiven Bewertung variierte. Beispieläußerungen sind: „schon mal akzeptabel“ (P19H); „noch freundlich(.)“ (P4H); „ganz nett“ (P7B); „gut“ (P8H, P22H); „eine runde Sache“ (P20H); „positiv“ (P19H, P20H, P21H); „sehr schön“ (P14B); „Idylle pur“ (P6H). Mehrere VPn äußerten, dass das Bild ihren Erwartungen an das Bio-Siegel (P5H, P10H), an einen Öko-Betrieb (P6H), an die Haltung von Öko-Hähnchen (P22H), an die Haltung von „artgerecht“ gehaltenen Hähnchen (P24H) oder an die Tierhaltung (P6H, P14B) entspreche. P3H verwies darauf, eine derartige „Anlage“ schon mal gesehen zu haben, und fand, dass die Haltung „realistisch“ dargestellt sei. P11H dagegen hätte sich die Öko-Hähnchenhaltung „romantisch(er)“ vorgestellt. Die Öko-kritische VP P15B ging davon aus, dass Freilandhaltung auch ohne Öko möglich sei.

#### *Nützlichkeit der Bildinformationen bei der Menüwahl*

Viele VPn äußerten sich auch zur Nützlichkeit der dargebotenen Bildinformationen bei der Menüwahl<sup>31</sup>. Sowohl beim Bild zur Öko-Mast Schweinehaltung als auch beim Bild zur Öko-Mast Hähnchenhaltung gab es VPn, die das Bild begrüßten, als auch VPn, die das Bild im

---

<sup>31</sup> Die Äußerungen fanden sich in unterschiedlichen Kategorien, z.B. unter „Schweine“, „Haltungsumgebung“ oder „Bild unspezifisch“, wieder.

Zusammenhang mit der Menüwahl als ungeeignet ansahen. Von den VPn, die sowohl die Nützlichkeit des Bilds mit den Schweinen als auch die Nützlichkeit des Bilds mit den Hähnchen bewerteten (P1B, P2B, P3H, P6H, P9H, P12B, P14B, P23H), befand nur P3H das Bild mit den Hähnchen deutlich positiver als das Bild mit den Schweinen. Die anderen VPn behielten die Richtung ihrer Bewertung (positiv oder negativ) bei.

Positive Bewertungen der Bilder im Zusammenhang mit der Menüwahl bezogen sich auf folgende Aspekte:

- Es wurde begrüßt, die Tiere, deren Fleisch im Menü angeboten wird, sehen zu können (P17B[S]).
- Es wurde begrüßt, wenn das Fleisch in der Kantine aus einer Tierhaltung, wie sie auf dem Foto abgebildet ist, stammt (P2B[S]).
- Das angebotene Hähnchenfleisch wurde Fleisch von „Hähnchen, die wirklich in einer Masthaltung leben“, vorgezogen (P2B[H]).
- Es wurde sich nach Betrachtung des Bildes dafür ausgesprochen, das angebotene Gericht zu essen (P1B[H], P2B[S], P3H[H], P6H[S, H], P8H[H], P12B[S, H]). Der Grad der Überzeugtheit, mit dem das Menü gegessen werden würde, variierte dabei zwischen den VPn, z.B.: „noch“ essen (P1B[H]); essen (P6H[S], P12B[H]); „mit Appetit“ (P3H[H]) oder „mit gutem Gewissen“ essen (P12B[S]). P14B würde nach Ansicht des Fotos sogar häufiger das Fleischmenü auswählen.

„Wenn man so ne Bilder sieht, dann würde ich sogar häufiger Fleisch konsumieren, weil genauso stellt man sich das ja letztendlich vor, dass man die Schweine sieht mit Auslauf, an der frischen Luft, genügend Abstand und wenn dann noch steht *Boulette vom (..)-Schwein*, ja, dann isst man es fast (lacht) ohne schlechtes Gewissen, weil man weiß, das Schwein hatte ein gutes Leben.“ (P14B: 201)

Es wurde angenommen, dass sich die artgerechte Haltung der Tiere auf die „Fleischqualität“ auswirkt (P12B[S]), dass das Fleisch der abgebildeten Tiere schmeckt (P12B[H], P24H[H]) und dass es gesund ist (P6H[H]).

VPn, die das Bild mit den Schweinen im Zusammenhang mit der Menüwahl als ungeeignet ansahen, begründeten dies damit, dass das Zeigen lebender Tiere abschreckend (P1B), „befremdlich“ (P11H) oder nicht appetitlich (P3H, P11H, P23H) sei, dass die Tiere „eher süß“ (P1B) aussähen oder dass eine andere Vorstellung von Öko-Tierhaltung als auf dem Bild zu sehen bestanden habe (P3H) oder bestehen könnte (P23H). P11H verwies darauf, dass der Zusammenhang, dass das Fleisch von einem ehemals lebenden Tier stammt, durch das Foto wieder ins Bewusstsein gerufen werden könnte.

„Aber bei dem Bild würde ich eher davon abschrecken, mittags Schweineschnitzel zu essen. Auch wenn ich das weiß, dass sie schön viel Auslauf haben, würde ich das mit dem Bild nicht essen wollen, ja.“ (P1B: 71)

„Das würde mir den Appetit verderben, wenn ich die Tiere in echt sehe.“ (P3H: 42)

„[...] Wenn das Bio-Haltung ist, würde ich es schon nicht essen wollen.“ (P3H: 42)

„Wenn man das jetzt wirklich neben so einem Speiseplan packen #würde#, ist vielleicht dann doch [...] nicht so [...] appetitanregend, weil dem einen oder anderen vielleicht dann doch bewusst wird, ja, dass es vorher ein lebendiges Tier war, was man da jetzt auf dem Teller hat. [...]“ (P11H: 82)

In Bezug auf das Bild mit den Hähnchen fielen die Bewertungen insgesamt weniger drastisch aus, dennoch wurde auch das Bild mit den Hähnchen als wenig förderlich für die Menüwahl angesehen. So wollte P1B das Hähnchenfleisch umso weniger essen, je mehr sie „diese lebenden Tiere“ sehe. P23H würde „so einen Stall“ nicht im Zusammenhang mit einem Menü zeigen. P9H motiviere das Bild in Hinblick auf das Mittagessen „jetzt noch nicht unbedingt“. P18H erinnerte das Foto an „das Bild von den fröhlichen Bauernhöfen“ auf Produktverpackungen, gegenüber denen er sich jedoch skeptisch zeigte.

„[...] Mein erster Gedanke dazu war auch: Das hat so ein bisschen das Bild von den fröhlichen Bauernhöfen auf Milchtüten oder sowas [...] Oder auf Butter oder ähnlichen Dingen, wo man weiß, das ist ein Abbild, wie sich der naive Mensch einen Bauernhof vorstellt irgendwie. Die Haltung ist dann ganz anders.“ (P18H: 49)

Einige VPn bemerkten darüber hinaus, dass die Haltung der Tiere weniger relevant sei als das Aussehen (P9H) und die Zubereitung (P14B) des Essens bzw. das Gericht an sich (P3H).

#### *Sonstige Bildbeurteilungen*

Jedes der beiden Fotos wurde zweimal, jedoch im Zusammenhang mit unterschiedlichen Menüs, gezeigt. Für die vier VPn, die sich überhaupt dazu äußerten, war die Art des Menüs im gegebenen Kontext nicht von Bedeutung. Einige VPn stellten außerdem fest, dass sie das Anschauen von Bildern dem Lesen von Texten vorzögen (P2B, P11H) und dass „Bilder mehr beschreiben als Worte“ (P5H). P3H bemerkte, dass das Bild mit den Hähnchen „noch ein bisschen schicker“ aussähe, wenn der Himmel „noch ein bisschen blauer“ wäre.

#### **3.3.3.5 Informationen in Zitatform**

Im Aufgabenblock D wurden die Haltungsinformationen in Form eines Zitats eines Landwirts (Abbildung DSa) oder eines Küchenchefs aufbereitet. Die Informationen in Zitatform wurden nur von wenigen VPn beurteilt, sondern meist nur vorgelesen oder in eigenen Worten wiedergegeben (vgl. Kapitel 3.3.2). Die Zitate lauteten:

Landwirt: *„In unserem Betrieb arbeiten wir Tag für Tag daran, dass es unseren Tieren gut geht. Daher haben wir uns bereits vor vielen Jahren dazu entschieden, den Betrieb nach den Richtlinien der EG-Öko-Verordnung zu bewirtschaften. Unsere Schweine haben besonders viel Platz, werden auf Stroh gehalten und haben ständig Zugang zu einem Auslauf.“* Dieter Schmidt, Bio-Landwirt und Schweinehalter“

Küchenchef: *„Das Wohlergehen der Tiere in der Landwirtschaft ist für unser Betriebsrestaurant ein wichtiger Aspekt. Deshalb setzen wir Bio-Schweinefleisch ein. Bio-Schweine haben unter anderem mehr Platz im Stall, werden auf Stroh oder anderem Naturmaterial gehalten und haben ständig Zugang zu einem Auslauf.“* Stefan Schulz, Küchenchef“

In den ersten beiden Sätzen hoben sowohl der Landwirt als auch der Küchenchef hervor, dass ihnen das Wohlergehen der Tiere wichtig ist und dass sie sich daher für eine Öko-Bewirtschaftung entschieden haben. Zum Zitat des Landwirts nahm P20H[L] an, dass das „Tierwohl“ im Vordergrund stehe und nicht der „Profit“. P2B[L] fand es „schön“, dass dafür gesorgt werde, dass es den Schweinen gut gehe. Einige VPn zweifelten jedoch am Informationsgehalt und an der Glaubwürdigkeit der ersten beiden Sätze des Landwirts. P3H[L] fand die Erläuterung,

warum sich der Landwirt für die Bewirtschaftung nach EU-Öko-Verordnung entschieden hat, überflüssig („Warum er das gemacht hat. Das ist wohl hoffentlich normal.“ (P3H: 74)). P18H[L] meinte, dass „alle“ davon reden würden, dass bei ihnen selbst „alles gut“ und konform mit „irgendwelchen Verordnungen“ ablaufe. P12B[L] mochte der Aussage des Landwirts, dass es den Tieren gut gehe, nicht vertrauen, da Kontrollen „vielleicht teilweise was anderes“ zeigten. P14B[L] äußerte, dass die Aussage für sie so klinge, „als würde man die [Verordnung] genauso ausnutzen, dass das arme Schwein nur, was waren das, 2,3 Quadratmeter (lacht) zur Verfügung hat“.

In Bezug auf das Zitat des Küchenchefs fand es P24H[K] „gut“, dass das Wohlergehen der Tiere in der Landwirtschaft für die Betriebskantine ein wichtiger Aspekt sei und dass die Kantine Öko-Fleisch einsetze. P24H[K] war der Auffassung, dass mehr Öko-Fleisch verwendet werden sollte, um die Bedingungen in der Tierhaltung zu verbessern. P14B[K] nannte den Einsatz von Öko-Fleisch einen „guten(n) Anfang“. P10H[K] würde es begrüßen, wenn in seiner Betriebskantine Öko-Schweinefleisch oder „zumindest gleichwertig aufgewachsenes Fleisch“ angeboten werden würde. P10H[K] war es „egal“, ob das Fleisch Öko-zertifiziert sei, solange die Haltungsbedingungen denen aus Öko-Tierhaltung „gleichwertig“ seien.

Für P6H[L] war es von Interesse, dass Öko-Schweine „genug Platz“ und ständig Zugang zu einem Auslauf hätten. P6H[L] gab jedoch an, nicht zu wissen, ob Schweine auf Stroh gehalten würden. P14B[L] fand es „schön“, dass Schweine „besonders viel Platz“ haben. P18H[L] stellte fest, dass mit der Haltung auf Stroh, dem Platzangebot und dem Auslauf positive Aspekte aufgeführt seien. P18H[L] und P16H[L] bemerkten jedoch, dass sie nicht erkennen könnten, was „besonders viel Platz“ im Zitat des Landwirts bedeutete. In Bezug auf das Zitat des Küchenchefs stellte P18H[K] fest, dass die Aussage „mehr Platz im Stall“ relativ sei und noch nicht bedeute, dass den Tieren ausreichend Platz zur Verfügung stehe. Auch sei nicht erkennbar, ob die Tiere den ständigen Zugang zum Auslauf auch wirklich nutzen könnten oder nutzen. Für P2B[K] entsprach der ständige Zugang zum Auslauf ihrer Erwartung.

Auch bei den Informationen in Zitatform gab es Äußerungen, die zwar einen Bezug zum Zitat hatten, jedoch nicht eindeutig einer Aussage des jeweiligen Zitats zugeordnet werden konnten. Mehrere VPn kommentierten die Informationen positiv (z.B. macht einen „positive(n) Eindruck“ (P19H[L]), „wunderbar“ (P8H[K])). Einige VPn verglichen die Zitat-Informationen mit Informationen, die sie zuvor in Aufgabenblock B oder C gesehen hatten. P7B[K] meinte, dass das Zitat „so ein bisschen“ die Bilder aus Aufgabenblock C widerspiegele. P16H[K] fand, dass das Zitat die Haltungsinformationen „deutlich positiver“ darstelle als die Stichworte in Aufgabenblock B. P16H[K] dachte dabei an die Stall- und Außenfläche von je nach Körpergewicht mindestens 1,0 bis 2,7 m<sup>2</sup> pro Tier, die ihm im Vergleich zum gerade gelesenen Zitat „wenig“ erschien. Für P2B[L] stehe das Zitat zum Teil „im Widerspruch“ zu einigen der zuvor dargebotenen Informationen aus Aufgabenblock B. P14B[K], die zuvor die Aufgabenblöcke B und C sowie das Zitat des Landwirts (Abbildung DSa) gesehen hatte, fand, dass das Gelesene „verkürzt dargestellt“ sei und verwies auf eine nicht näher genannte „vorgehende(.) Information“.

Für P22H[K] und P10H[K] passten die Informationen zu ihrer Erwartung an die Schweinehaltung. P11H[L] sah ihre Erwartung an das Bio-Siegel erfüllt („Das assoziiere ich persönlich mit

diesem Bio-Gütesiegel.“). P20H[K] glaubte, gewusst zu haben, dass Öko-Mastscheine mehr Platz haben, auf Naturmaterial gehalten werden und Zugang zu einem Auslauf besitzen. P20H[K] berichtete außerdem, dass Öko-Schweine seines Wissens nach Öko-Futter und somit „kein genmanipuliertes Futter“ erhielten. P23H[K] äußerte, dass Schweine in der Regel „ganz anders“ als im Zitat dargestellt, gehalten würden. Eine Tierhaltung, wie sie im Zitat beschrieben worden sei, sollte nach Ansicht von P23H[K] „eigentlich selbstverständlich“ sein.

P4H[L] dachte zum einen an Jamón-Ibérico-Schweine in Spanien, deren Haltung er „besonders schön“ finde. Zum anderen erinnerte sich P4H[L] „an einen Urlaub in Dänemark, wo die Schweine schlichtweg auf dem Feld herumliefen und sich wohlfühlten“. P4H[L] vermutete, dass die Schweinehaltung, die im Zitat kommuniziert worden sei, demgegenüber nicht „so schön“ sein werde. P4H[L] hoffte jedoch, dass die „große Massenschweinetierhaltung mit Tausenden von Tieren (unv.) in schrecklichen Ställen“ vermieden werde. P9H[L] erinnerte sich an eine Schweinehaltung in der „Nachbarschaft“ während seiner Kindheit, bei der er wisse, was die Schweine gefressen hätten und wie sie gehalten worden seien. P9H[L] glaubte, dass „ein persönlicher Bezug auch in der Bio-Haltung in dem Umfang auch heute nicht mehr unbedingt gegeben“ sei. P9H[L] erzählte, dass ein Schweinemastbetrieb „mehrere hundert Tiere“ halten müsse, um „profitabel“ arbeiten zu können. Dies gelte auch für den Öko-Bereich, sodass sich eine Öko-Schweinehaltung „nicht wesentlich“ von einem „Mastbetrieb“ unterscheide.

P20H[L] berichtete, dass die konventionelle Tierhaltung und der Fleischkonsum in Industrieländern viele Ressourcen benötigten. P20H[L] nannte „riesen Ackerflächen“, Wasser sowie „teilweise [...] Flächen in Regenwaldgebieten, die abgeholzt werden, um dort [...] Nahrungsmittel anzubauen für beispielsweise Rindfleisch“. P20H[L] war der Auffassung, dass dieser hohe Ressourcenverbrauch enden müsse. Da er fünf von sieben Mittagessen in der Woche in der Betriebskantine einnehme, habe das Essensangebot in der Kantine „ein besonderes Gewicht“. P20H[L] unterstützte es daher, wenn seine Betriebskantine Änderungen in Richtung eines ressourcenschonenderen Menüangebots vornehme. P21H[L] sagte, dass sie „grundsätzlich ein Fleischesser“ sei und dass sie Fleisch „liebe“, aber sie fand das „Umdenken zur konventionellen Tierhaltung richtig“ und betonte die Notwendigkeit, Vorbilder in Kantinen zu schaffen. P15B[L] berichtete, dass bessere Haltungsbedingungen mit etwas höheren Preisen einhergingen. P4H[K] freute sich beim Zitat des Küchenchefs, dass „die Verwender des Fleisches an das Tierwohl denken“ und vermutlich dazu bereit seien, die damit einhergehenden Mehrkosten zu akzeptieren. P23H[K] war bereit, „gerne ein bisschen mehr“ Geld für Produkte aus Öko-Haltung zu bezahlen. P3H[K] fand es „selbstverständlich“, dass Öko-Fleisch mehr Geld koste.

#### *Nützlichkeit der Zitate bei der Menüwahl*

Nachfolgend werden Äußerungen dargestellt, die sich auf die Nützlichkeit der dargebotenen Zitate bei der Menüwahl sowie auf den Sender des jeweiligen Zitats („Dieter Schmidt, Bio-Landwirt und Schweinehalter“ bzw. „Stefan Schulz, Küchenchef“) beziehen<sup>32</sup>. Sowohl das Zitat

---

<sup>32</sup> Die Äußerungen fanden sich in unterschiedlichen Kategorien, z.B. unter „Auslauf“, „Sender“ oder „Zitat unspezifisch“, wieder.



des Landwirts als auch das Zitat des Küchenchefs wurde von einigen VPn als förderlich und von anderen VPn als ungeeignet bei der Menüwahl angesehen.

Mehrere VPn bewerteten das Zitat des Landwirts positiv. So ging z.B. P6H[L]<sup>33</sup> davon aus, dass die EU-Öko-Verordnung „vernünftig ausgelegt“ werde, und meinte, daher „ein gutes Gefühl“ bei der Wahl des Bio-Schweinefleischmenüs zu bekommen. Mit dem Landwirt-Zitat wurde verbunden, es mit einem „ordentlichen und seriösen Anbieter“ zu tun zu haben (P13H[L]), dass das Schwein „bestimmt ein schönes Leben“ hatte und nicht „leiden“ musste (P1B[L]) sowie dass die genannte Haltung sich positiv auf die Qualität (P1B[L], P24H[L]) und den Geschmack (P24H[L]) des Fleisches auswirke. P21H[L] begrüßte, dass auf das „Umdenken zur konventionellen Tierhaltung“ hingewiesen werde, und P24H[L] freute sich, dass derart gehaltene Schweine „den Weg auf unseren Teller in unsere Kantine finden“. P3H[L] meinte, dass das dargestellt sei, „was man wissen will“. Auch das Zitat des Küchenchefs wurde von mehreren VPn positiv bewertet. So fand z.B. P11H[K]<sup>34</sup> den Hinweis durch den Küchenleiter, dass in der Kantine Öko-Fleisch eingesetzt werde, eine „wichtige“ und „nützliche“ Information. Bei P17B[K] führe das Zitat dazu, dass er einen „größeren Bezug“ zum angebotenen Fleisch habe, und dass das Menüangebot dadurch „interessanter“ erscheine. P2B[K] meinte, dass sie durch die Äußerung des Küchenchefs darauf vertraue, dass das „Fleisch wirklich Bio ist“.

Auf der anderen Seite gab es zu den beiden Zitaten auch negative Bewertungen. Dabei wurden häufig Zweifel am Informationsgehalt oder an der Glaubwürdigkeit der Botschaften geäußert. So erinnerte P6H[L] das Zitat des Landwirts an „gut gemeinte Floskeln“, die sich z.B. auf Verpackungen fänden, und P18H[L] hatte den Eindruck, dass die Aussage „so ein bisschen so ein Werbespruch“ sei. P6H[L] meinte einerseits, dass er diese Floskeln „als Voraussetzung“ für einen Produktkauf nehme, äußerte sich andererseits aber skeptisch, ob Landwirte, die in derartigen Zusammenhängen genannt würden, auch tatsächlich existierten. Nach Ansicht von P18H[L] seien die Aussagen zwar „nett gesagt“, aber nicht überprüfbar. P12B[L] zweifelte an der Glaubwürdigkeit der Aussagen von Schweinehaltern („[...] Da würde ich mich jetzt nicht so drauf verlassen auf die Aussage des Bio-Landwirts.“ (P12B[L]: 62)). Auch dem Zitat des Küchenchefs misstrauten einige VPn. So waren P9H[K], P18H[K] und P19H[K] skeptisch, ob der Küchenchef die Schweinehaltung auch gesehen habe und beurteilen könne. So könne der Küchenleiter den Text des Landwirts auch „einfach nur abgekupfert“ haben (P18H[K]). P9H[K] bezeichnete das Zitat des Küchenchefs als „Marketing“, solange dieser die Haltungsbedingungen der Schweine nicht selbst kenne.

P3H[L, K] und P11H[L] hielten das Zitat am Speiseplan für nicht erforderlich (z.B. „unnötig“ (P3H[K])). P13H[L] bekannte, dass er das Zitat „eigentlich gar nicht so vollständig zu Ende“ lese. P3H[L, K] fand, dass die Hauptinformation gerade in der Mittagspause, die der Entspannung diene, schnell erfassbar sein müsse. Das Zitat könne z.B. in einer Broschüre, im Intranet oder auf einer Wandtafel zusammen mit einem Foto des Landwirts oder seines Betriebs erscheinen. P1B[K] schrecke das Zitat eher ab, da „so oft das Wort Bio“ darin vorkomme.

---

<sup>33</sup> [L] zeigt an, dass die VP die Äußerung zum Zitat des Landwirts getätigt hat.

<sup>34</sup> [K] zeigt an, dass die VP die Äußerung zum Zitat des Küchenchefs getätigt hat.

Einige VPn verglichen die beiden Zitate miteinander. Während einige VPn das Zitat des Landwirts bevorzugten, präferierten andere VPn das Zitat des Küchenchefs. P13H[K] fand das Zitat des Landwirts „informativer und überzeugender“. P13H[K] hatte den Eindruck, dass der Küchenchef die Aussage „so dazu“ sage, und würde das Zitat „auch gar nicht zu Ende lesen“, wenn er es nicht unbedingt müsse. P1B[K] habe das Zitat des Landwirts „mehr“ angesprochen. P5H[L] und P23H[L] bewerteten die durch den Landwirt geäußerte Botschaft als „besser“ (P5H[L], P23H[L]) und „vielleicht ein wenig glaubwürdiger“ (P5H[L]). Die beiden VPn begründeten dies mit der Nähe des Landwirts zur landwirtschaftlichen Produktion.

„[...] denke ich, wäre besser als der Text vom Küchenchef. Der kann ja relativ viel sagen und muss sich im Zweifelsfall auch darauf beziehen, was ihm wiedergegeben wird. Aber ich denke, je mehr Leute es wiedergeben, desto mehr geht auch vielleicht verloren.“ (P5H: 43)

„[...] Aber das finde ich jetzt hier sogar noch besser, wenn sich da jetzt jemand äußert, der mit den Tieren arbeitet oder die, ja, produziert sozusagen, ne. [...]“ (P23H: 45)

P6H[K] und P11H[K] hingegen bevorzugten das Zitat des Küchenchefs. P11H[K] sah den Hinweis des Küchenleiters, dass in der Kantine Öko-Fleisch eingesetzt werde, als „wichtiger“ an als die durch den Landwirt geäußerte Information. P6H[K] fühle sich mit der Botschaft des Küchenchefs „am wohlsten“ und würde das angebotene Öko-Schweinefleischmenü folglich auswählen. P6H[K] dachte dabei an den Küchenleiter seiner Betriebskantine, von dem er wisse, dass dieser das Essen häufig selbst zubereite und ausbebe, und dem er vertraue.

„Also insofern hat das noch mal ein Stückweit mehr persönlichen Bezug zu mir, weil ich dann das Gefühl habe: Okay, unserem Küchenchef vertraue ich, den sehe ich, den kenne ich. Der rührt häufig bei uns auch dann hinter den Theken selber das Essen an und gibt sie aus. Also insofern tatsächlich glaube ich, wenn ich das bewerten dürfte, würde ich mich mit dieser Aussage tatsächlich (lacht) am wohlsten fühlen und das *Menü mit Bio-Schweinefleisch* tatsächlich nehmen. Ja.“ (P6H: 64)

### 3.3.4 Informationsbedürfnis und Menüwahl

In diesem Abschnitt werden Antworten der VPn auf die Fragen im Leitfadenterview, die sich auf das Bedürfnis nach Informationen zur Tierhaltung in der Betriebskantine sowie den Ablauf der Menüentscheidung bezogen, vorgestellt.

Auf die Frage, welche der dargebotenen Informationen für die VPn neu gewesen seien, wurden am häufigsten die Detailinformationen bzw. die Zahlenwerte generell (12 Nennungen) sowie konkret die Informationen zum Platzangebot (12), zu Futtermitteln bzw. zur Fütterung (9), zur Einstreu bzw. zur Bodenbeschaffenheit (7) sowie zum Antibiotikaeinsatz bei Schweinen (6) genannt. Angeführt wurden außerdem die Informationen zum Auslauf bei Hähnchen (3), zur Ferkelkastration (3), zur Mastdauer bei Hähnchen (2) sowie zum Auslauf bei Schweinen (1). P3H und P12B blieb die Kontrollstellenummer in Erinnerung, P12B außerdem das Bio-Siegel. P19H seien „fast gar keine“ der gezeigten Informationen neu gewesen seien.

Fast alle VPn bejahten die Frage danach, ob sie ihr Lieblingsfleischgericht kaufen würden, wenn es in der Betriebskantine in Öko-Qualität angeboten werden würde. P7B verwies darauf, dass er „relativ preissensitiv“ sei und die Entscheidung folglich vom Preis abhänge. Für P6H sei „Kantinen-Essen [...] nicht so absolut der kulinarische Höhepunkt des Tages“, sodass eine Öko-Zertifizierung bei der Essensauswahl nicht „ausschlaggebend“ sei. P9H sei es

„letztendlich egal“, ob ökologisches oder konventionelles Fleisch vorliege. P6H und P15B würden ihre Entscheidung vom Geschmack und P9H von der Portionsgröße abhängig machen. Als Gründe für die Wahl des Öko-Fleischgerichts wurden bessere Haltungs- und Produktionsbedingungen (14), eine gesunde Ernährung (3), eine bessere Qualität allgemein (3), eine höhere Produktqualität (1), ein besserer Geschmack (1) sowie die Unterstützung des Ausbaus der Öko-Tierhaltung (1), der Öko-Landwirtschaft (1) oder des Öko-Angebots in der Betriebskantine (1) angeführt. Einige VPn verwiesen darauf, dass sie privat auch ökologische Lebensmittel (4) oder regionales Fleisch (1) bevorzugten.

Die VPn wurden des Weiteren gefragt, ob sie sich wünschen würden, dass in der Betriebskantine Informationen darüber verfügbar sind, wie die Tiere, deren Fleisch die Kantine zubereitet, gehalten wurden. Auch diese Frage wurde von fast allen VPn bejaht, nur P9H und P15B verneinten sie. P12B fand „so eine Information“ zwar „schön“, verwies aber darauf, in einer „knappen Mittagspause“ nicht die Zeit zu haben, sich damit zu beschäftigen. Danach gefragt, welche Informationen sich die VPn genau wünschen würden, wurden vor allem drei Bereiche angeführt: (a) Informationen zur Herkunft bzw. zur regionalen Herkunft (12), (b) eine Kennzeichnung der Öko-Tierhaltung (5), eines Öko-Verbands (1), einer Zertifizierung (1) oder das Aufbringen eines Siegels (1) und (c) Informationen über die Haltungs- und Schlachtbedingungen generell (7), beispielsweise eine Kenntlichmachung der Haltungsstufen wie sie in der Kennzeichnung des Lebensmitteleinzelhandels (2) oder bei der Eierkennzeichnung (2) vorliege. Auch wurde der Wunsch geäußert, keine Details zu kennzeichnen (3). Einige VPn hingegen nannten konkrete Aspekte: Informationen zum Platzangebot (4), zur Stallhaltung bzw. zum Auslauf im Freien (4), zur Art der Futtermittel (3), zum Medikamenteneinsatz (1), zur Krankheitsprävention (1), zum Alter der Tiere (1), zur Rasse (1) und Informationen über den Betrieb (1). Nicht gewünscht wurden „negativ konnotierte Informationen“ (P7B), abschreckende „Extrembeispiele“ (P20H) sowie Bilder von lebenden Tieren (2). Bevorzugt wurden dagegen kurze Textinformationen, wie Schlagworte oder „Key Points“ (P3H). P18H wünschte sich ein Label, das „eine Art Klarheit mit allen Fakten skizziert“ und „klar nachprüfbar“ sei.

VPn, die an Informationen zur Tierhaltung interessiert waren, wurden gefragt, wo sie diese gerne auffinden würden. Dabei ließen sich vier Bereiche unterscheiden:

- Informationen im Gastraum, z.B. an der Ausgabe, am Eingang zur Kantine, auf einem Plakat, auf einem Display oder in Flyern auf den Tischen;
- Informationen auf dem oder beim Speiseplan;
- Informationen im Intranet oder Internet, z.B. eine Informationsseite, die ausgehend vom Speiseplan über eine Verlinkung (z.B. QR-Code) eingesehen werden kann;
- persönliche Informationen: beim Ausgabepersonal nachfragen oder ein Besuch der Erzeugerbetriebe durch Mitarbeitende des Unternehmens.

Des Weiteren sollten die VPn angeben, auf welche Weise sie sich üblicherweise über das Essensangebot in der Betriebskantine informierten. Dabei zeigte sich, dass insbesondere der Speiseplan im Intranet (11), im Internet (4) oder am Kantineneingang (5) herangezogen wurde. Vereinzelt wurden weitere Informationsquellen, wie die Ausgabetheke (1), das „Mustergericht“ (P18H) oder die App des Cateringunternehmens (2), genannt.

Die VPn wurden auch gefragt, wann sie ihre Menüentscheidung treffen. Da die VPn der Kantine Hamburg ihr Gericht zum Erhebungszeitpunkt pandemiebedingt bis zum Vortag auswählen mussten, sollte sich die Antwort bei diesen Personen auf die Nicht-Pandemiezeit beziehen. Insgesamt konnten drei Gruppen unterschieden werden:

1. Gäste, die ihre Menüentscheidung vor Betreten der Betriebskantine getroffen haben, wobei unterschiedliche Zeitpunkte eine Rolle spielten: 1 bis 2 Tage vorher, am gleichen Tag, morgens, am Vormittag, unmittelbar vor dem Gang in die Kantine oder unmittelbar vor dem Betreten der Kantine.
2. Gäste, die sich spontan in der Kantine, z.B. nach Ansicht der Menüs, entschieden.
3. Eine Kombination aus 1. und 2., d.h. Gäste, die anhand des Speiseplans eine Vorauswahl trafen und ihre finale Entscheidung in der Kantine fällten.

Die VPn, die angaben, sich spontan in der Kantine zu entscheiden, informierten sich z.B. auch über den Speiseplan über das Essensangebot.

Bezüglich möglicher Einflüsse auf ihre Menüwahl führten die VPn eine Vielzahl an Faktoren an, die nachfolgend aufgelistet werden. Berücksichtigt sind auch Äußerungen, die im Teil des Lauten Denkens getätigt und mit der Kategorie „Kriterien sonst“ kodiert wurden.

- persönliche Faktoren: Vorlieben, Geschmack oder Erfahrung mit dem Gericht (12); wahrgenommene Attraktivität der Alternativgerichte (1).
- Menüeigenschaften: Aussehen des Gerichts (15); Gericht enthält Fleisch oder nicht (9); gesundes oder ungesundes Gericht (4); Hungergefühl und Sättigungswirkung des Gerichts (3); Nährwert des Gerichts (3); Bezeichnung des Menüs (2); Öko-Qualität (2); Herkunft/Regionalität (2); weiterführende Informationen zu den eingesetzten Zutaten (1); „Freifläche“ (P14B) für die Tiere (1); Tierwohl (1); Einsatz von Antibiotika (1); Gericht enthält Vollkorn oder nicht (1); Gericht enthält Pommes Frites oder nicht (1); frische Zubereitung (1); Geruch des Gerichts (1); Qualität allgemein (1); Preis (1).
- Umgebungsfaktoren: Länge der Schlange am Ausgabeschalter/Wartedauer (2); Wetter oder Jahreszeit (2); Verfügbarkeit von Sitzgelegenheiten (1).
- soziale Faktoren: Menüwahl der Begleitpersonen (2); Menüwahl des vorausgehenden Gasts (1); Standort des Ausgabepersonals (1).

Der Preis wurde nur von einer VP als Einflussfaktor genannt. Dies könnte damit zusammenhängen, dass die Gäste in der Kantine Hamburg (a) einen Einheitspreis unabhängig vom gewählten Gericht (z.B. Fleisch oder vegetarisch) bezahlten, und (b) bei Buchung des Essensabonnements nur einen relativ niedrigen Menüpreis entrichten mussten.

### **3.3.5 Beurteilungstypen**

In den Abschnitten 3.3.2 und 3.3.3 wurde bereits deutlich, dass die VPn die gezeigten Informationen mitunter sehr unterschiedlich beurteilt haben. Um die Unterschiede zu verdeutlichen, wurden die VPn nach der Art ihrer Beurteilung in verschiedene Typen eingeteilt. Zur Typenbildung wurden nachfolgende Kriterien verwendet:

- Der Grad der Informiertheit der VPn über die ökologische Tierhaltung: Dieser wurde anhand der Äußerungen in den Kategorien „semantisches Wissen“, „episodisches Wissen“, „Annahme/Erwartung“ sowie „sachlich Urteilen“ eingeschätzt.
- Die Bewertung der Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung und Einstellungen gegenüber einer Öko-Erzeugung: Diese Aspekte wurden anhand der Äußerungen in den Kategorien „affektiv Urteilen“ und „Einstellung“ eingeschätzt.

Bei Zweifeln über die Zuordnung einzelner VPn zu einem Beurteilungstyp wurden zudem die Antworten aus dem Leitfadeninterview (vgl. Kapitel 3.3.4) herangezogen. Insgesamt wurden fünf verschiedene Typen gebildet:

- die Öko-Überzeugten,
- die Öko-Zugeneigten,
- die Öko-Abgeneigten,
- die Öko-Desinteressierten und
- die Öko-Ablehnenden.

*Die Öko-Überzeugten (P3H, P8H, P16H, P19H, P20H, P23H):* Die Öko-Überzeugten waren dadurch gekennzeichnet, dass sie die dargebotenen Informationen überwiegend positiv bewerteten. Einige dieser VPn äußerten, dass sie Vertrauen in das Bio-Siegel hätten (P3H, P20H), dass ihnen Öko-Erzeugung wichtig sei (P16H) oder dass sie ein Öko-Fleischangebot in der Betriebskantine befürworteten (P16H, P20H, P23H). Zudem wiesen die VPn, zumindest in Bezug auf einige Aspekte, Detailkenntnisse zum Öko-Landbau auf. Beispielsweise waren das Bio-Siegel (P3H, P20H), die Bioland-Richtlinien (P19H) und der Einsatz von Öko-Futtermitteln (P20H, P23H) bekannt und die Nummer der Öko-Kontrollstelle wurde als solche identifiziert (P3H, P20H). Dennoch waren diesen VPn nicht alle der gezeigten Detailinformationen bekannt oder entsprachen ihrer Vorstellung. Beispielsweise erwartete P3H, dass Öko-Schweine auf einer Wiese gehalten würden, und die Vorgaben zum Platzangebot bei Schweinen (P8H, P16H) und bei Hähnchen (P20H, Platz im Stall) wurden für zu gering befunden.

*Die Öko-Zugeneigten (P2B, P4H, P5H, P6H, P10H, P11H, P12B, P13H, P14B, P17B, P18H, P21H, P22H, P24H):* Die mit Abstand meisten Personen aus der Stichprobe konnten dem Beurteilungstyp der Öko-Zugeneigten zugeordnet werden. Die Personen dieses Typs waren dadurch gekennzeichnet, dass sie mehrere der gezeigten Informationen positiv bewerteten und nur wenig oder kein Detailwissen zur Öko-Tierhaltung verbalisierten. Wenn Öko-Wissen verbalisiert wurde, dann handelte es sich dabei eher um allgemeine Vorstellungen, wie keine „Massentierhaltung“ (P5H), kein „Hähnchen schreddern“ (P4H) oder ein „einigermaßen vernünftiges Aufwachsen [...] in einer einigermaßen artgerechten Umgebung“ (P10H). Wurden die VPn mit den Informationen zur Öko-Tierhaltung konfrontiert, dann zeigten sich, neben positiven Bewertungen, nachfolgende Beurteilungsweisen. Diese fanden sich auch bei anderen Beurteilungstypen, waren bei den Öko-Zugeneigten aber vermehrt zu beobachten:

- Die VPn konnten die Angaben nicht einordnen, d.h., die genannten Begriffe wurden nicht (z.B. „Spaltenboden“ (P4H, P12B, P13H, P17B)) oder falsch (z.B. „Mast“ (P2B, P18H, P21H)) verstanden, die Angaben wurden nicht präzise interpretiert (z.B.

Vernachlässigung der Angabe „mindestens“ bei der Information zum Freigeländezugang bei Hähnchen (P4H, P5H, P21H)) oder es fehlten Referenzgrößen zur Einordnung der Zahlenwerte (z.B. die Platzvorgabe bei Mastschweinen (P6H, P12B, P17B, P21H)) oder generell Wissen zur Einordnung des Sachverhalts (z.B. zur Notwendigkeit der Verabreichung von Antibiotika (P4H)).

- Die VPn suchten nach Erklärungen für die aus ihrer Sicht zum Teil niedrigen Vorgaben. So nahmen sie an, dass die Vorgaben in der Nicht-Öko-Tierhaltung noch niedriger sein müssten (P4H, P5H, P13H, P21H).
- Die VPn äußerten, eine andere Vorstellung von Öko-Tierhaltung gehabt zu haben. Die Information war inkongruent zum bestehenden Öko-Schema. Beispiel: „[...] Da bin ich dann tatsächlich jetzt enttäuscht, dass das schon unter Bio fallen würde. Das erstaunt mich sehr.“ (P5H: 64)

*Die Öko-Abgeneigten (P1B):* Dieser Typus wurde anhand der Äußerungen der VP P1B gebildet und war zum einen durch eine Abneigung gegenüber einer Öko-Auslobung gekennzeichnet. So äußerte die VP, dass sie das Bio-Siegel und das Wort „Bio“ im Zitat des Küchenchefs eher abschreckend finde. Zum anderen war der Typus durch fehlendes Wissen über die Öko-Tierhaltung bei einer gleichzeitig bestehenden Neigung für artgerechte Tierhaltung charakterisiert. So tätigte P1B, mit Ausnahme von zwei Annahmen/Erwartungen, keinerlei Schema-Äußerungen. Dazu passte, dass P1B mehrere der Text-Informationen nicht einordnen konnte. Gleichzeitig befand die VP zu mehreren Informationen, dass diese sich gut anhörten, und sie begrüßte den Auslauf der Schweine und der Hähnchen auf den Bildern.

*Die Öko-Desinteressierten (P7B, P9H):* Die Öko-Desinteressierten waren einer artgerechten Tierhaltung gegenüber nicht grundsätzlich abgeneigt, machten aber deutlich, dass die Art der Haltung für sie kein relevantes Kriterium bei der Menüwahl darstellte. So bewertete P7B einige der gezeigten Informationen, wie den Freigeländezugang für die Hähnchen oder die Fotos, positiv und auch P9H befürwortete im Fall der Hähnchen eine Haltung mit Auslauf im Freien. Jedoch machte P9H deutlich, dass ihn die Haltung der Tiere bei der Menüwahl in der Kantine nicht weiter interessierte. Wichtig seien der Geschmack, die Zubereitung des Essens und die Portionsgröße. P7B äußerte im Leitfadeninterview, dass er „relativ preissensitiv“ sei und den Kauf seines Lieblingsfleischgerichts in Öko-Qualität daher vom Preis abhängig machen würde. Diese Ansichten wurden eingenommen, obwohl die Öko-Desinteressierten zum Teil Wissen über die landwirtschaftliche Tierhaltung aufwiesen. So verbalisierte P9H z.B. umfangreiches Wissen zu den Haltungsbedingungen von Schweinen.

*Die Öko-Ablehnenden (P15B):* Merkmal dieses Typus war eine strikte Ablehnung der Öko-Auslobung. Ausschlaggebend für die Bildung des Typus der Öko-Ablehnenden waren die Äußerungen der VP P15B, die eine gefestigte negative Einstellung gegenüber einer Öko-Auslobung deutlich machten (z.B. „Gängelung und unnötiges teuer machen“). Bei der Konfrontation mit den Haltungsinformationen zeigte sich zwar, dass die VP nicht generell gegen eine artgerechtere Tierhaltung war, jedoch war die VP der festen Überzeugung, dass es dafür keine Öko-Zertifizierung brauche.

## 3.4 Diskussion und Schlussfolgerungen

### 3.4.1 Beurteilung der Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung

Die Studie gibt Einblicke darin, wie Gäste aus der Betriebsgastronomie Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung im Zusammenhang mit einer Menüwahl beurteilen. Durch die gewählte Untersuchungsmethode war es möglich, Gedanken der Gäste zu erfassen, die ihnen im Moment der Betrachtung der Informationen durch den Kopf gingen. Hieraus können Rückschlüsse darauf gezogen werden, welche Informationen mehr und welche weniger geeignet sind, um die ökologische Schweine- und Hähnchenmasthaltung an Gäste in der Betriebsgastronomie zu kommunizieren, sowie in welcher Form (Öko-Auslobung, Text, Bild, Zitat) diese Informationen aufbereitet werden sollten.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Wissen der Gäste über die Öko-Tierhaltung, welches in den verbalen Äußerungen der VPn deutlich wurde, gering war. Ein geringes Wissen von Verbraucher\*innen zur Öko-Tierhaltung wurde auch in anderen Studien festgestellt (Kühl et al. 2023, S. 41ff; Kühl et al. 2022, S. 536). Vor dem Hintergrund des geringen Wissensstands ist es auch im Kontext der Betriebsgastronomie erforderlich, Informationen zur Tierhaltung zur Verfügung zu stellen. Viele der gezeigten Informationen in Text-, Bild- oder Zitatform sowie die Öko-Auslobung wurden positiv beurteilt. Dies passt zu den Ergebnissen von Schütz et al. (2023, S. 6ff), wonach sich die Bewertung des Tierwohls und der Akzeptanz eines Beispielstalls verbesserten, nachdem Verbraucher\*innen Informationen dazu gezeigt wurden. Dies war unabhängig davon der Fall, in welcher Form (Text, Bilder, Video) die Informationen vorgelegt wurden (Schütz et al. 2023, S. 6ff). Es kann daher angenommen werden, dass sachliche Informationen zur Öko-Tierhaltung deren Akzeptanz und damit auch die Akzeptanz eines vermehrten Einsatzes ökologischer Fleischzutaten in der Betriebskantine erhöhen können.

Das deutsche Bio-Siegel war vielen der VPn bekannt und stellt daher ein geeignetes Erkennungszeichen für Öko-Qualität in der Kantine dar. Einem unabhängig überprüften Öko-Label kommt beim Außer-Haus-Verzehr zudem eine wichtige Rolle zu, da die Öko-Qualität der eingesetzten Lebensmittel weder vor noch nach der Menüwahl überprüft werden kann (Futtrup & Grunert 2023, S. 31). Dennoch gab es auch VPn, die das Bio-Siegel oder dessen Kriterien nicht kannten. Zwar wird dem deutschen Bio-Siegel eine hohe Bekanntheit bescheinigt (Jansen & Hamm 2012, S. 19; BLE 2021a), jedoch lag in der Erhebung mit der Menüwahl in einer Betriebskantine ein Kontext vor, in dem das Bio-Siegel bisher nur selten Verwendung findet. Die Nummer der Öko-Kontrollstelle wurde von vielen VPn nicht verbalisiert und nur von wenigen VPn erkannt und als nützlich erachtet. Aus der Perspektive der Gäste betrachtet ist es daher nicht erforderlich, die Kontrollstellenummer prominent auf dem Speiseplan auszuloben.

In Bezug auf die gezeigten Haltungsinformationen in Text-, Bild- und Zitatform wurden folgende Aspekte häufig als positiv herausgestellt:

- die Haltung der Tiere auf natürlichen Materialien, wie Stroh;

- die, nach Möglichkeit dauerhafte, Gewährung von Auslauf im Freien (freie Bewegung; Kontakt mit der natürlichen Umwelt, z.B. frische Luft);
- ausreichend Platz für die Tiere;
- die Möglichkeit für die Tiere, art eigene Verhaltensweisen auszuleben, wie frei herumlaufen, stehen, liegen, schlafen, spielen oder picken;
- die Fütterung mit 100% Öko-Futtermitteln;
- der Einsatz von regionalen Futtermitteln;
- die Art der eingesetzten Futtermittel;
- der Einsatz langsam wachsender Rassen<sup>35</sup>;
- die Krankheitsvorbeugung u.a. durch geeignete Tierrassen, hochwertige Futtermittel und Auslauf.

Viele dieser Aspekte stellten sich auch in anderen Studien als wichtig für Verbraucher\*innen heraus, z.B. die Haltung auf Stroh (Schütz et al. 2020, S. 6), der Auslauf im Freien (Janssen et al. 2016, S. 1088), ein ausreichendes Platzangebot (Janssen et al. 2016, S. 1088) oder die Fütterung mit regionalen Futtermitteln (Wägeli et al. 2016, S. 362; Profeta & Hamm 2019, S. 221ff). Diese Aspekte erscheinen daher als besonders geeignet, um ökologische Schweine- und Hähnchenhaltung an Kantinengäste zu kommunizieren.

In der Studie zeigte sich jedoch auch, dass mehrere der Vorgaben aus der EG-Öko-Verordnung sowie einige Aspekte auf den gezeigten Haltungsfotos zum Teil als nicht ausreichend beurteilt wurden. Hierzu zählten z.B. der zulässige Anteil an Spaltenboden, der eingeschränkte Freigeländezugang bei Hähnchen, die Platzvorgabe bei den Schweinen, die Ferkelkastration, die Gruppenhaltung der Schweine in strohbedeckten Auslaufbuchten (anstatt zusammen und auf einer Weide) sowie die auf dem Foto abgebildete Anzahl an Hähnchen (erwartet wurde eine geringere Anzahl an Tieren). Um bei möglichst vielen Gästen eine positive Bewertung zu erreichen, ist es daher auch in der Öko-Tierhaltung erforderlich, einzelne Haltungsanforderungen in Richtung der Vorstellungen der Verbraucher\*innen weiterzuentwickeln (vgl. auch Bayer et al. 2023, S. 278f; Kühl et al. 2023, S. 45f; Weible et al. 2016, S. 2028).

Die beiden Fotos von Öko-Mastschweinen und Öko-Masthähnchen im Auslauf wurden von mehreren VPn insgesamt positiv bewertet. Dies weist darauf hin, dass realistische Bilder geeignet sein können, um artgerechte Tierhaltung zu kommunizieren (vgl. auch Schütz et al. 2023, S. 6ff). Bilder können darüber hinaus stärker als Text einen Eindruck von einer Haltungsfarm vermitteln (Schütz et al. 2023, S. 10). Bei einigen der Angaben in Textform traten bei einigen VPn außerdem Verständnisprobleme auf, z.B. wurden landwirtschaftliche Fachbegriffe wie „Mast“ oder „Spaltenboden“ nicht oder falsch verstanden. Auch wurde das Wort „mindestens“ bei der Beurteilung der Vorgaben nicht berücksichtigt, z.B. bei der Information zum Mindestanteil von regionalen Futtermitteln („mind. 30 % der Futtermittel“). Stattdessen richteten die VPn ihr Urteil am angegebenen Zahlenwert aus („30 %“). Zum Teil konnten die Zahlenwerte jedoch nicht eingeordnet werden, da den VPn Referenzgrößen fehlten, z.B. bei den Platzvorgaben (z.B. „mind. 1,0 bis 2,7 m<sup>2</sup> pro Tier“). Außerdem wurden unspezifische

---

<sup>35</sup> Diese Information war nur auf einer Abbildung zu den Hähnchen enthalten.



Regelungen oder Begriffe nicht verstanden oder aufgrund ihrer Unbestimmtheit kritisiert, z.B. der Begriff „Betriebskooperation“ bei der Information zur Futtermittelherkunft.

Die beiden Zitate wurden sowohl positiv als auch negativ bewertet und teilweise wurde das Zitat des Landwirts und teilweise das des Küchenchefs bevorzugt. Im Zusammenhang mit positiven Bewertungen wurden die Nähe des Landwirts zur landwirtschaftlichen Erzeugung sowie die Bekanntheit des Kochs herausgestellt. Zitate erscheinen zur Kommunikation von artgerechter Tierhaltung daher insbesondere dann geeignet, wenn der\*die Kommunikator\*in möglichst authentisch, nahbar und dem\*der Empfänger\*in vertraut ist. Dagegen können Botschaften von Personen, die den Empfänger\*innen weitgehend unbekannt sind, als wenig glaubwürdig oder als Floskel eingestuft werden.

### **3.4.2 Nützlichkeit der Informationen bei der Menüwahl in der Betriebskantine**

Die Studie gibt außerdem Aufschluss darüber, inwieweit die Informationen in Text-, Bild- und Zitatform geeignet sind, sie im Zusammenhang mit der Menüwahl zu zeigen. Dabei wurde deutlich, dass es bei allen drei Informationsformen VPn gab, die die jeweiligen Informationen als förderlich für die Menüwahl empfanden, wie auch VPn, die die Informationen für die Menüentscheidung als wenig nützlich bewerteten. Die Informationen in Textform wurden von einem Großteil der VPn beurteilt, aber von einem ähnlich großen Anteil an VPn nur vorgelesen oder in eigenen Worten wiedergegeben. Die Informationen in Zitatform wurden sogar von der überwiegenden Mehrzahl an VPn nur entschlüsselt, also nicht beurteilt. Dies unterstreicht, dass Kantinengäste bei einer Menüentscheidung auf Basis eines Speiseplans oder an der Ausgabe in der Regel weder die Zeit noch die Neigung haben, umfangreiche textbasierte Informationen zu verarbeiten. Dies lässt sich damit erklären, dass Aspekte wie der Geschmack, der Service, die Atmosphäre oder der Preis in der Außer-Haus-Verpflegung eine große Rolle spielen und eine ökologische und artgerechte Produktion demgegenüber meist weniger bedeutsam ist (z.B. Price, Viglia et al. 2016, S. 40ff; Spiller et al. 2003, S. 17; Futtrup & Grunert 2023, S. 29ff; Verain et al. 2022, S. 3ff; Scozzafava et al. 2017, S. 1872ff).

Textinformationen, wie Stichworte oder Zitate, kommen daher insbesondere für begleitende Kommunikationsmaßnahmen, wie z.B. das Intranet oder Internet, Faltblätter oder Plakate, in Betracht. Hier können zudem realistische Fotos von der Tierhaltung angebracht werden. Direkt auf dem Speiseplan oder an der Ausgabe sind dagegen einfach zu verarbeitende Hinweise, wie eine Farbkennzeichnung, zu bevorzugen. Die Hintergrundinformationen im Intranet oder Internet könnten jedoch mittels eines Weblinks oder QR-Codes mit dem Speiseplan verknüpft werden.

VPn, die die Fotos aus der Tierhaltung direkt neben dem Speiseplan ablehnten, begründeten dies insbesondere damit, dass lebende Tiere abgebildet waren. So vermutete P11H, dass das Foto den Zusammenhang zwischen Fleisch und ehemals lebendem Tier wieder ins Bewusstsein rufen könnte. Dies deutete auf das „Meat-Paradox“ hin, das besagt, dass viele Menschen gerne Fleisch essen, es aber gleichzeitig ablehnen, Tieren Leid zuzufügen (Loughnan et al. 2010, S. 156). Um die damit einhergehende kognitive Dissonanz zu reduzieren, können Menschen ausblenden, dass das Fleisch, das sie essen, von ehemals lebenden Tieren stammt

(Kunst & Hohle 2016, S. 758). Werden diese Personen bei der Essensauswahl mit Bildern von lebenden Tieren konfrontiert, tritt die kognitive Dissonanz wieder auf (vgl. auch Bouwman et al. 2022, S. 4ff. Das Zeigen von Fotos aus der Tierhaltung kann daher im direkten Zusammenhang mit der Menüwahl, also z.B. auf dem Speiseplan oder an der Ausgabetheke, nicht empfohlen werden. Aufgrund der in der Studie beobachteten positiven Eindrücke zu den Fotos können realistische Bilder aus der Tierhaltung jedoch, wie oben erwähnt, im Rahmen von Hintergrundinformationen Einblicke in die Tierhaltung vermitteln.

### **3.4.3 Typen von Kantinengästen in Bezug auf die Beurteilung der Haltungsinformationen**

Anhand der Äußerungen der VPn in den Denke-Laut-Protokollen und im Leitfadeninterview konnten insgesamt fünf verschiedene Typen von Kantinengästen identifiziert werden. Diese Beurteilungstypen können genutzt werden, um sie gezielt anzusprechen und ihre Nachfrage nach Öko-Fleischgerichten in Betriebskantinen zu erhöhen. Im Fokus der Kommunikation sollten insbesondere die Öko-Überzeugten, die Öko-Zugeneigten und die Öko-Abgeneigten stehen. Am geringsten dürfte der erforderliche Kommunikationsaufwand bei den Öko-Überzeugten sein. Bei diesen muss im Wesentlichen dafür gesorgt werden, sie auf das entsprechende Öko-Angebot hinzuweisen, z.B. mittels deutlich sichtbarer Öko-Auslobung in der Kantine. Die Öko-Zugeneigten waren der ökologischen Tierhaltung gegenüber zwar aufgeschlossen, hatten aber meist nur allgemeine Vorstellungen darüber. Um diese Gästegruppe von einem ökologischen Fleischangebot zu überzeugen, bedarf es mehr Informationen als nur eine Öko-Auslobung. So sollte das geringe und häufig unspezifische Wissen über die Öko-Tierhaltung durch zusätzliche Transparenz- und vertrauensbildende Informationen unterstützt werden. Dies kann gleichzeitig das Risiko verringern, dass diese Personen durch Negativ-Informationen wie Öko-Skandale verunsichert werden. So könnte die Zuneigung im Extremfall in Abneigung umschlagen und sich eine negative Einstellung gegenüber einer Öko-Auslobung entwickeln, wie sie bei der VP P15B zu beobachten war. Die Öko-Desinteressierten und die Öko-Ablehnenden werden aufgrund der fehlenden Relevanz der Tierhaltung bei der Menüwahl bzw. ihrer gefestigten negativen Öko-Einstellung nur schwer mit Informationen zur ökologischen Tierhaltung zu erreichen sein. Während also davon auszugehen ist, dass Transparenz- und vertrauensbildende Informationen bei diesen beiden Beurteilungstypen keine Wirkung hervorrufen werden, können solche Informationen auch für die Öko-Überzeugten sowie die Öko-Abgeneigten bedeutsam sein. Die Öko-Überzeugten benötigen diese Informationen zwar nicht zwingend, um vom Öko-Fleischangebot überzeugt zu werden. Gleichzeitig zeigte sich jedoch auch bei diesen Gästen zumindest in manchen Aspekten ein geringes Wissen über die Öko-Tierhaltung. Für die Öko-Abgeneigten können weitere Informationen relevant sein, da sie eine artgerechte Tierhaltung grundsätzlich begrüßten und da ihre Öko-Abneigung mit ihren geringen Öko-Kenntnissen zusammenhängen könnte. Die Unterscheidung von Gästen aus der Außer-Haus-Verpflegung in unterschiedliche Segmente mit einer stark oder weniger stark ausgeprägten Öko-Präferenz findet sich in mehreren Studien (vgl. Kapitel 2.3.3).

Bei der Zuordnung der VPn auf die Beurteilungstypen fällt auf, dass drei der vier VPn, die den Öko-Abgeneigten, den Öko-Desinteressierten oder den Öko-Ablehnenden zugeteilt wurden,

aus der Kantine Berlin stammten. Gleichzeitig konnte keine VP aus der Kantine Berlin den Öko-Überzeugten zugeordnet werden. Aufgrund der geringen Stichprobengröße mit nur sieben VPn aus der Kantine Berlin und 17 VPn aus der Kantine Hamburg kann zwar kein Rückschluss auf die Grundgesamtheit in den jeweiligen Kantinen gezogen werden. Vor dem Hintergrund, dass der Sektor der Betriebsgastronomie, z.B. in Bezug auf die Branchen und die Art der Gäste, sehr vielfältig aufgestellt ist, kann jedoch vermutet werden, dass sich die Anteile der verschiedenen Beurteilungstypen je nach Betriebskantine unterscheiden. In einigen Kantinen dürften Informationen zur Öko-Tierhaltung folglich eine größere Wirkung entfalten als in anderen Kantinen. Interessant ist in diesem Zusammenhang das Ergebnis der Studie von Futtrup & Grunert (2023, S. 29ff), die in Bezug auf die Restaurantwahl von dänischen Verbraucher\*innen zwar nur ein kleines Segment mit starkem Interesse an Öko-Angeboten identifizierten. Das dänische Öko-Küchenlabel erhöhte dennoch in allen ermittelten Gäste-Segmenten die Wahlwahrscheinlichkeit für ein Restaurant. Um den Zusammenhang zwischen Informationen zur Öko-Tierhaltung und ihrer Wirkung auf das Wahlverhalten der Gäste genauer zu untersuchen, sollten weitere quantitative Studien durchgeführt werden.

#### **3.4.4 Empfehlungen für die Kommunikation von ökologischer Schweine- und Hähnchenhaltung in der Betriebsgastronomie**

Eine ökologische und artgerechte Tierhaltung kann auf zwei Wegen an Kantinegäste kommuniziert werden:

- Am Speiseplan oder an der Ausgabetheke, d.h. im unmittelbaren Zusammenhang mit der Menüwahl.
- In einem weniger direkten Zusammenhang mit der Menüwahl, z.B. im Intranet oder in Faltblättern.

Für die Kommunikation am Speiseplan oder an der Ausgabetheke können folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Es sollten einfach zu verarbeitende Hinweise, wie eine Farbkennzeichnung, bevorzugt werden.
- Es sollten keine Details aufgeführt werden, da es für Kantinegäste schwer sein kann, bei der Menüwahl Detailinformationen aufzunehmen und zu verstehen.
- Es sollten keine Bilder aus der Tierhaltung gezeigt werden. Realistische Bilder aus der Tierhaltung, die im Kontext der Menüwahl gezeigt werden, können auf Gäste abschreckend wirken.

Für die Kommunikation im Intranet, im Internet, auf Faltblättern oder in ähnlichen Medien können folgende Empfehlungen gegeben werden:

- In Medien wie dem Intranet sollten Hintergrundinformationen zur Öko-Tierhaltung zur Verfügung gestellt werden.
- Die Haltung der Tiere auf natürlichen Materialien, Auslauf im Freien und ein ausreichendes Platzangebot für die Tiere sollten herausgestellt werden.

- Es sollte betont werden, dass die Tiere artetypische Verhaltensweisen, wie spielen oder picken, ausleben können.
- Für die Kommunikation sind außerdem Informationen zu den Futtermitteln (100 % Öko-Futtermittel, regionale Futtermittel, Art der Futtermittel), zum Einsatz langsam wachsender Rassen sowie zur Krankheitsvorbeugung geeignet.
- Das deutsche Bio-Siegel stellt ein geeignetes Erkennungszeichen für Öko-Qualität in der Kantine dar. Da nicht alle Versuchspersonen das Siegel oder dessen Kriterien kannten, sollten Kantinengäste dennoch darüber aufgeklärt werden.
- Landwirtschaftliche Fachbegriffe sollten vermieden werden.
- Detaillierte Zahlenangaben sollten vermieden werden. Falls sie nötig sind, dann sollten keine Mindestangaben genannt werden. Sofern die Ware zu einzelnen Betrieben rückverfolgt werden kann, könnte auch kommuniziert werden, was tatsächlich im jeweiligen Betrieb umgesetzt wird.
- Komplexe und kritische Sachverhalte, wie der Einsatz von Antibiotika oder die Ferkelkastration, sollten eher nachrangig kommuniziert und müssen dann erläutert werden.
- Es sollten Begriffe und Formulierungen verwendet werden, von denen erwartet werden kann, dass Verbraucher\*innen eine möglichst konkrete Vorstellung von ihnen haben. Anstatt „Futtermittel aus regionaler Betriebskooperation“ könnte z.B. formuliert werden: „Futtermittel von Betrieben aus Nordhessen“.
- Es sollten realistische Bilder aus der Öko-Tierhaltung gezeigt werden.
- Am Speiseplan sollte auf die Hintergrundinformationen verwiesen werden, z.B. mittels eines Weblinks oder QR-Codes.

### 3.4.5 Güte der Denke-Laut-Protokolle

Der Empfehlung von Buber (2009, S. 560f) folgend, wurden die VPn im Anschluss an das Laute Denken gefragt, wie sie dieses erlebt haben. Darüber hinaus wurden die Bekanntheit des Lauten Denkens, mögliche Beeinträchtigungen des Denkens durch die Versuchssituation sowie die Erfahrung mit der Durchführung von Webkonferenzen abgefragt. Es wurden Einschätzungen zur Audio- und Anzeigequalität eingeholt und der „Integritätsstatus“ der Internetkonferenz ermittelt (vgl. Kapitel 3.2.3). Die so ermittelten Informationen lassen Rückschlüsse auf die Güte der erhobenen Gedankenprotokolle zu.

Die Mehrheit der VPn gab an, noch nie bewusst mit der Methode Lautes Denken gearbeitet zu haben. Als Situationen, in denen schon einmal bewusst laut gedacht wurde, wurden mündliche Prüfungen (P1B), Lernen (P2B) und die Beschreibung von Bildschirminhalten (P20H) genannt. Insofern ist es nachvollziehbar, dass mehrere VPn anführten, dass das Laute Denken ungewohnt oder dass eine Eingewöhnungszeit nötig gewesen sei. Dies stimmt mit der Erfahrung von van Someren et al. (1994, S. 43) überein, wonach die meisten Personen etwas Übung benötigen, bis sie sich an das Laute Denken gewöhnt haben.

„Es war auf jeden Fall sehr ungewohnt. Man muss sich erst daran gewöhnen. Aber wenn man erst mal drin ist, dann geht das eigentlich, dass man jeden Gedankengang ausspricht. [...]“ (P1B: 98)

Einige VPn schilderten, keine besonderen Probleme mit dem Lauten Denken gehabt zu haben. Beispiele sind, dass das Laute Denken funktioniert (P13H) oder „recht gut“ funktioniert (P2B) habe oder dass es „nicht unangenehm“ (P5H) oder „entspannt“ (P8H) gewesen sei. P2B begründete ihre Einschätzung damit, dass sie „relativ für sich“ gewesen sei und „einfach frei“ habe aussprechen können, was sie gerade denke. Diese Eindrücke lassen vermuten, dass das Auftreten von Reaktivität und Nonveridikalität vermieden werden konnte.

Einige VPn äußerten oder deuteten an, dass das Laute Denken dazu geführt habe, mehr Gedanken zu entwickeln als üblich. Beispielweise fühlte sich P20H vom Lauten Denken „erschöpft“, da er versucht habe, „alles Mögliche an Assoziationen [...] zu suchen und [...] auszusprechen“, was er im Alltag nicht mache. P11H und P13H wiesen darauf hin, dass sie sich in der Untersuchung gründlicher mit den dargebotenen Informationen auseinandergesetzt hätten als sie es in einer realen Kantinensituation vornehmen würden. Diese Äußerungen können dadurch erklärt werden, dass sich die Untersuchungssituation von einer realen Auswahl-situation in einer Kantine unterschied, insbesondere durch die starke Vereinfachung des Speiseplans mit nur einem Gericht, von dem noch dazu nur die Fleischkomponente genannt war. Darauf wiesen in ähnlicher Weise auch P6H und P20H hin. Der Umstand, dass mehr Assoziationen angestellt und berichtet wurden als in einer normalen Menüwahl-situation, schränkt einerseits die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf eine solche Situation ein. Andererseits sollte mit dem Speiseplan nur der Rahmen einer Menüwahl-situation hergestellt werden. Der Fokus der Studie lag darauf zu untersuchen, wie Kantinengäste Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung beurteilen. Insofern ist es plausibel, dass einige VPn mehr Gedanken hatten als in einer normalen Kantinensituation und stellt daher noch kein Anzeichen dafür dar, dass der kognitive Prozess verändert (Reaktivität) oder abweichend verbalisiert (Nonveridikalität) wurde.

Drei VPn merkten an, dass das Denken zum Teil sehr schnell und „automatisch“ (P9H) ablaufe, sodass es nicht möglich gewesen sei, jeden Gedanken unmittelbar laut auszusprechen. Eine mögliche Erklärung hierfür ist, dass die VPn sehr geübt im schnellen Lesen und Verstehen von Texten gewesen sein könnten, sodass sie nicht immer in der Lage waren, ihre dabei auftretenden Gedanken zu berichten (vgl. Ericsson & Simon 1993, S. 90).

Die VPn wurden gebeten, jeweils mit einem Skalenwert von 1 („überhaupt nicht“) bis 10 („sehr stark“) anzugeben, wie sehr es sie beeinträchtigt hat, dass (a) der VL die laut geäußerten Gedanken mithören konnte, (b) das Gesprochene und die Bildschirminhalte aufgezeichnet wurden und (c) die Erhebung in Form einer Internetkonferenz anstatt persönlich stattgefunden hat. Ein Großteil der VPn fühlte sich nach eigener Aussage durch die genannten Aspekte nicht beeinträchtigt, wobei die Beeinträchtigung durch den VL (Mittelwert 2,2) etwas stärker angegeben wurde als die durch die Aufzeichnungen (Mittelwert 1,4) oder durch die Internetkonferenz (Mittelwert 1,7). P20H bemerkte auch in verbaler Form, dass er sich durch die Aufzeichnung beobachtet gefühlt habe. P5H fand es „komisch, laut zu denken, wenn man weiß, dass noch jemand zuhört oder dass aufgezeichnet wird“. Diese Äußerungen bestätigen die Einschätzung von Büttner (2009, S. 74), wonach VPn zum Aufnahmezeitpunkt bewusst ist, dass die Aufzeichnung durch ein Mitglied des Forschungsteams ausgewertet wird. Das Aufzeichnen

der Verbalisierungen und der betrachteten Informationen lässt sich nicht vermeiden, wenn die Ergebnisse systematisch und nachvollziehbar ausgewertet werden sollen. In der Erhebung wurde jedoch versucht, den Einfluss des VLs so gering wie möglich zu halten, indem dieser sich während des Lauten Denkens der VP im Hintergrund hielt und sein Kamerabild deaktivierte (vgl. Kapitel 3.2.3). Die im Durchschnitt niedrigen Beeinträchtigungswerte wiesen darauf hin, dass dieses Ziel grundsätzlich erreicht wurde.

Der „Integritätsstatus“ der Internetkonferenz wurde von 20 VPn mit „gut“ angegeben<sup>36</sup>. Dies deutete darauf hin, dass keine Probleme vorlagen, die die Konferenzqualität beeinträchtigt haben (Cisco 2019, siehe auch Kapitel 3.2.3). Die Audioqualität und die Qualität der Bildschirmfreigabe (PowerPoint-Folien), die sowohl zu Erhebungsbeginn als auch im Leitfadeninterview abgefragt wurden, bewerteten alle VPn mit „gut“ (Note 2) oder „sehr gut“ (Note 1). Ausnahmen bildeten P9H, der die Audioqualität am Beginn mit „ausreichend“ (Note 4) angab, sowie P7B, der die Audioqualität am Ende mit „zwei bis drei“ bewertete. Der VL bewertete die Qualitäten von Ton und Bildschirmfreigabe im Durchschnitt als gut und mindestens als ausreichend, sodass alle Erhebungen aus technischer Sicht als verwertbar angesehen wurden. Aus technischer Sicht waren folglich keine bedeutenden Beeinträchtigungen auf die Qualität der Denke-Laut-Protokolle erkennbar.

Im Leitfadeninterview äußerte die überwiegende Mehrheit der VPn, Erfahrung mit Internetkonferenzen gesammelt zu haben, nur vier VPn bezeichneten ihre Erfahrung als gering. Einige VPn merkten an, dass sie sich infolge der Covid19-Pandemie an eine Kommunikation per Webkonferenz gewöhnt hätten. Fehlende Erfahrungen der VPn im Umgang mit Internetkonferenzen können somit für die vorliegende Studie weitgehend ausgeschlossen werden. Ein Nachteil einer Webkonferenz im Vergleich zu einer Laborsituation ist, dass die Umgebung, in der sich die VP aufhält, vom VL nicht kontrolliert werden kann. Zwar wurden die VPn zum einen gebeten, sich während der Untersuchung in einer ruhigen Umgebung aufzuhalten. Zum anderen fragte der VL die VPn zu Erhebungsbeginn nach möglichen Störfaktoren und Gegenmaßnahmen (vgl. Kapitel 3.2.3). Jedoch konnte der VL die Rahmenbedingungen letzten Endes nicht selbst beeinflussen. Auch war es für die VPn nicht immer einfach möglich, bestimmte Störfaktoren auszuschließen, z.B. andere Kollegen, die ihren Arbeitsplatz im selben Büro hatten, oder ein Hund im Homeoffice. Derartige Störfaktoren können nur in einer Laborsituation kontrolliert werden. Wie dargestellt, gibt es allerdings keine Hinweise darauf, dass die Güte der erhobenen Gedankenprotokolle wesentlich beeinträchtigt war. Im vorliegenden Fall stellte die Webkonferenz zudem eine Möglichkeit dar, die Denke-Laut-Protokolle trotz der Einschränkungen durch die Covid19-Pandemie zu erheben. Das Vorgehen, die Erhebung per Internetkonferenz durchzuführen, kann somit für die vorliegende Studie als geeignet angesehen werden.

---

<sup>36</sup> Bei den übrigen vier VPn wurde der „Integritätsstatus“ nicht erhoben.

## 4 Gästebefragung mit Choice-Experiment

### 4.1 Ziel und Fragestellungen

Im Choice-Experiment sollte untersucht werden, wie unterschiedliche Merkmale von Mittagsgerichten sowie das Verhalten anderer Gäste die Menüwahl in einer Betriebskantine beeinflussen können. Dies sollte Aufschluss über die Präferenzstruktur geben, die Kantinegäste in Bezug auf die getesteten Merkmale aufweisen. Die Menü-Informationen sollten sich auf die Haltung der Tiere, deren Fleisch oder Milch im Gericht enthalten ist, beziehen. Eine weitere Aufgabe der Erhebung bestand darin, das Nutzungsverhalten, das Vertrauen in Öko-Lebensmittel, Einstellungen und Informationswünsche zur Tierhaltung sowie sozioökonomische Merkmale der befragten Kantine nutzenden zu erheben und zu beschreiben. Hierzu wurde im Anschluss an das Choice Experiment ein strukturiertes Interview durchgeführt.

### 4.2 Material und Methoden

#### 4.2.1 Stichprobenauswahl

Choice Experiment und quantitative Erhebung wurden mit Teilnehmenden eines Marktforschungspanels durchgeführt. Personen mussten die folgenden Voraussetzungen erfüllen, um an der Erhebung teilnehmen zu können:

- erwerbstätig sein,
- regelmäßig eine Betriebskantine nutzen, wenn sie die Möglichkeit dazu haben,
- grundsätzlich Schweinefleisch und Hähnchenfleisch essen sowie
- im erwerbstätigen Alter, d.h. zwischen 18 und 67 Jahren alt, sein.

Panelteilnehmende, die kein Desktop-Endgerät oder Tablet nutzten, wurden von der Erhebung ausgeschlossen, da auf Bildschirmen von Smartphones nicht gewährleistet gewesen wäre, dass die Gerichte nebeneinander und die Inhalte der Abbildungen in hinreichender Größe dargestellt werden. Die Daten wurden zwischen dem 21.03. und 03.04.2022 erhoben.

Der gewonnene Datensatz wurde bereinigt. In den Fragebogen wurden Fragen zur Aufmerksamkeitstestung eingebaut. Interviews, in denen diese Fragen falsch beantwortet worden waren, wurden aus dem Datensatz entfernt. Im Rahmen eines Pretests zeigte sich zudem, dass der gesamte Fragebogen in weniger als zwei Minuten nicht realistisch beantwortet werden konnte. Interviews mit einer kürzeren Bearbeitungsdauer wurden daher ebenfalls nicht berücksichtigt. Es wurden 834 verwertbare Datensätze in die Auswertung eingeschlossen.

#### 4.2.2 Choice-Experiment

##### 4.2.2.1 Design

Um die Präferenzstruktur der Kantine nutzenden zu ermitteln, wurde ein Choice-Experiment (CE) durchgeführt. In Choice-Experimenten werden Proband\*innen gebeten, eine Alternative aus einem Set an Alternativen auszuwählen (Louviere et al. 2010, S. 26). Dadurch wird ersichtlich, welche Alternative relativ zu den anderen Alternativen des Auswahlsets am stärksten präferiert wird (Louviere et al. 2010, S. 26). Aus den erhobenen Präferenzen wird auf die

Bedeutung der einzelnen Merkmale und Merkmalsausprägungen der Alternativen geschlossen, indem die Gesamtbeurteilung mittels statistischer Verfahren in Komponenten zerlegt wird (Backhaus et al. 2015, S. 176). Die Discrete-Choice-Analyse basiert auf mehreren Annahmen (Balderjahn et al. 2021, S. 186f):

- Nach der Theory of Revealed Preference (Samuelson 1938) kann von den beobachteten Auswahlentscheidungen auf die Nutzenfunktion der Proband\*innen für die Merkmale der Alternativen geschlossen werden.
- In der Nutzenmaximierungshypothese (Ben-Akiva & Boccara 1995) wird davon ausgegangen, dass die Proband\*innen immer diejenige Alternative auswählen, die ihnen im Vergleich zu den anderen Alternativen den höchsten Nutzen stiftet.
- Der Nutzen einer Entscheidungsalternative setzt sich additiv aus einer deterministischen und einer stochastischen Komponente zusammen (Zufallsnutzenkonzept, Thurstone 1927).

Art und Anzahl der Alternativen und Auswahlsets, die den Proband\*innen vorgelegt werden, werden durch das experimentelle Design vorgegeben (Balderjahn et al. 2021, S. 186). In der vorliegenden Erhebung wurden zwei Speisepläne getestet, die jeweils aus drei verschiedenen Gerichten sowie einer Nicht-Wahl-Option bestanden. Bei den drei Gerichten innerhalb eines Speiseplans handelte es sich jeweils um ein Schweinefleischgericht, ein Hähnchenfleischgericht und ein vegetarisches Gericht, wobei jede Fleischart jeweils einmal in Form eines Teilstücks (Schnitzel) und einmal in weiterverarbeiteter Form (Hackfleisch bzw. Geschnetzeltes) vorkam. Die Gerichte wurden konkret bezeichnet (z.B. „Schnitzel Wiener Art vom Schwein mit Pommes Frites und Salat“), wodurch ein sogenanntes „labelled experiment“ vorlag (Hensher et al. 2015, S. 205). Von den angebotenen Gerichten wurde angenommen, dass sie allgemein bekannt sind und üblicherweise von vielen Gästen gewählt werden.

Da die Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung (vgl. Kapitel 3) unter anderem aufgezeigt haben, dass kognitive Kapazität und Neigung der Gäste, Informationen zur Tierhaltung im unmittelbaren Zusammenhang mit der Menüwahl aufzunehmen, begrenzt sind, wurden die Informationen im Choice Experiment in Form von Labels dargeboten. Bei den in das Experiment eingeschlossenen Menüattributen handelte es sich um eine Öko-, eine Tierschutz- und eine Regional-Auslobung sowie um den Preis (vgl. Tabelle 9). Die beiden vegetarischen Gerichte enthielten jeweils eine tierische Komponente (Joghurt-Dip, Käseüberzug). Dadurch war es möglich, die Attribute, die sich auf die Tierhaltung bezogen (Tierschutz-Label, Bio-Siegel, Regional-Auslobung) über alle drei Gerichte eines Speiseplans zu variieren. Die Öko-Auslobung beinhaltete das deutsche Bio-Siegel<sup>37</sup>. Das EU-Öko-Siegel darf im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung nicht verwendet werden (BLE 2021b). Das Tierschutz-Label des Deutschen Tierschutzbunds kennzeichnet tierische Lebensmittel, bei denen höhere Haltungsstandards als gesetzlich vorgeschrieben eingehalten werden. Es besteht aus einer Einstiegsstufe und aus einer Premiumstufe mit zusätzlichen Anforderungen und ist bundesweit im Lebensmitteleinzelhandel auf verschiedenen Produkten verfügbar (Deutscher Tierschutzbund e.V. 2023). In

---

<sup>37</sup> Mit Inkrafttreten der neuen Bio-AHV-Verordnung (Bio-AHVV) im Herbst 2023 kommt es zu Änderungen bei der Öko-Auslobung, vgl. Kapitel 6.





der Haltungsstufen-Klassifikation des Lebensmitteleinzelhandels wird die Einstiegsstufe des Tierschutz-Labels der Kategorie 3 und die Premiumstufe des Tierschutz-Labels, genauso wie alle Bio-Siegel, der Kategorie 4 zugeordnet (Gesellschaft zur Förderung des Tierwohls in der Nutztierhaltung mbH 2022). Die Einstiegsstufe des Tierschutz-Labels bot daher die Möglichkeit, im Experiment eine Haltungsstufe zwischen Öko und konventionell abzubilden. Das Tierschutz-Label wird zwar bisher nicht im Außer-Haus-Markt verwendet, jedoch gab es zum Zeitpunkt der Erhebung nach Kenntnis der Autor\*innen in Deutschland kein vergleichbares Siegel, das in diesem Bereich Anwendung findet. Gleiches galt auch für die Regional-Auslobung. Der Rückgriff auf ein bestehendes Regional-Label, wie das Regionalfenster, hätte für das Experiment jedoch bedeutet, auch unterschiedliche Regionsbezeichnungen zu testen. Da dies den Umfang des Experiments deutlich erhöht hätte und da insbesondere der Effekt einer Herkunftsangabe an sich und weniger der Effekt einer bestimmten Region von Interesse war, wurde für das Experiment ein eigenes Regional-Label gestaltet.

Zusätzlich zu den genannten Menüattributen wurde ein selbst gestaltetes Label mit dem Inhalt „Top-Bewertung durch unsere Gäste“ getestet (vgl. Abbildung 10). Mit diesem sollte der Einfluss einer sozialen Norm untersucht werden. Bei sozialen Normen können deskriptive und injunktive Normen unterschieden werden. Deskriptive Normen beschreiben, wie sich die meisten anderen Personen verhalten (Farrow et al. 2017, S. 2ff). Injunktive Normen umfassen die Ansicht der meisten anderen Personen dazu, wie man sich selbst verhalten sollte (Farrow et al. 2017, S. 2ff). Die „Top-Bewertung“-Auslobung informierte darüber, wie andere Gäste das angebotene Gericht bewertet haben und stellte damit eine deskriptive Norm dar. Deskriptive und injunktive Normen hängen jedoch eng zusammen (Farrow et al. 2017, S. 2). So kann das von anderen erwünschte Verhalten (injunktive Norm) auch aus dem von anderen Personen gezeigten Verhalten (deskriptive Norm) abgeleitet werden (Morris et al. 2015, S. 4f). Da die Top-Bewertung-Auslobung nur Sinn ergibt, wenn sie auf maximal einem Gericht innerhalb eines Choice Sets auftritt, wurde die Stichprobe in vier Gruppen aufgeteilt (Split Sample). Das Label erschien je nach Gruppe entweder durchgängig beim Schweinefleischgericht, beim Hähnchenfleischgericht, beim vegetarischen Gericht oder gar nicht (Kontrollgruppe). Die Gruppenzuordnung erfolgte separat für jeden Speiseplan, d.h. ein\*e Proband\*in, die\*der auf Speiseplan 1 z.B. der Kontrollgruppe zugeordnet worden war, konnte auf Speiseplan 2 einer anderen Gruppe zugewiesen werden. Die insgesamt 834 Teilnehmenden teilten sich gleichmäßig auf die vier Gruppen auf (zwischen 206 und 212 Personen je Gruppe).

Das Preisattribut bestand aus vier Preisstufen mit einem Preisabstand von jeweils 1,90 €. Die Preise, die Gäste in der Betriebsgastronomie zahlen, variieren u.a. in Abhängigkeit von den vom Betrieb gewährten Subventionen. So wurde in einer Befragung von 38 großen deutschen Betriebsgastronomen in Eigenregie für das Jahr 2019 eine Spannweite von 1,99 € bis 7,80 €, mit einem Durchschnittsbon von 4,25 €, ermittelt (Schmid & Reif 2020b, S. 28). Da Öko-Fleisch in der Betriebsgastronomie bisher nur sehr selten angeboten wird, berücksichtigen diese Zahlen jedoch nicht die teilweise erheblichen Mehrkosten, die mit einem Einsatz von Öko-Fleisch verbunden sein können. Für das Experiment wurde daher eine Preisspanne von 3,50 € bis 9,20 € festgelegt.

Mithilfe der Software Ngene (Rose et al. 2018), Version 1.2.1, wurde ein D-effizientes Choice Design für ein Multinomiales Logit-Modell generiert. Um ein D-effizientes Design zu erstellen, müssen Prior-Parameterwerte verwendet werden (ChoiceMetrics 2018, S. 83ff). Da für den Untersuchungsgegenstand keine Prior-Werte vorhanden waren, wurden zunächst Schätzwerte angenommen und in einem Pretest mit 44 Teilnehmenden getestet. Größenordnung und Vorzeichen der angenommenen Prior-Werte wurden mit den Schätzkoeffizienten aus dem Pretest verglichen und im Fall von Abweichungen angepasst. Das finale Choice Design für die Hauptstudie kann in Anhang 4 eingesehen werden. Es bestand je Speiseplan aus 12 Choice Situationen, die in vier Blöcke aufgeteilt waren. Jedem\* jeder Proband\*in wurden folglich drei Choice Situationen je Speiseplan, insgesamt also sechs Choice Sets, vorgelegt. Die Reihenfolge der Speisepläne, die Reihenfolge der Choice Sets innerhalb der jeweiligen Speisepläne sowie die Position der drei Gerichte innerhalb der jeweiligen Choice Sets wurden randomisiert. In der Instruktion zum Choice-Experiment wurden die Teilnehmenden angewiesen sich vorzustellen, dass sie sich zum Mittagessen in einer Betriebskantine befinden und die Wahl zwischen verschiedenen Mittagsgerichten haben. Die Teilnehmenden konnten sich in jedem Choice Set für eines der angebotenen Gerichte entscheiden oder alternativ die Option „Ich möchte keines dieser Menüs wählen.“ ankreuzen. Abbildung 10 zeigt beispielhaft ein Choice Set für Speiseplan 1 mit der „Top-Bewertung“-Auslobung beim vegetarischen Gericht.

**Tabelle 9: Attribute und Attributausprägungen im Choice-Experiment**

Attribut	Attributausprägungen
Gericht	<p>Speiseplan 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Schnitzel Wiener Art vom Schwein</b> mit Pommes Frites und Salat</li> <li>• <b>Ragout vom Hähnchen</b> mit Wok-Gemüse und Reis</li> <li>• <b>Gemüse-Lasagne</b> mit Käse überbacken (<i>vegetarisch</i>)</li> <li>• Ich möchte keines dieser Menüs wählen.</li> </ul> <p>Speiseplan 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Hacksteak vom Schwein</b> mit Backkartoffeln und glasierten Karotten</li> <li>• <b>Gebrautes Hähnchenschnitzel</b> mit Pfannengemüse und Salzkartoffeln</li> <li>• <b>Reis-Gemüsepfanne</b> mit Joghurt-Dip (<i>vegetarisch</i>)</li> <li>• Ich möchte keines dieser Menüs wählen.</li> </ul>
Preis	3,50€; 5,40€; 7,30€; 9,20€
Tierschutz-Label <sup>1</sup>	 <p>; keine Auslobung</p>
Bio-Siegel <sup>2</sup>	 <p>; keine Auslobung</p>
Regional-Label <sup>3</sup>	 <p>; keine Auslobung</p>

<sup>1</sup> Formulierung Hähnchenfleisch: *Tierschutz-zertifiziertes Hähnchenfleisch*; Formulierung vegetarisches Gericht Speiseplan 1: *Tierschutz-zertifizierter Käse*; Formulierung vegetarisches Gericht Speiseplan 2: *Tierschutz-zertifizierter Joghurt*

<sup>2</sup> Formulierung Hähnchenfleisch: *Bio-zertifiziertes Hähnchenfleisch*; Formulierung vegetarisches Gericht Speiseplan 1: *Bio-zertifizierter Käse*; Formulierung vegetarisches Gericht Speiseplan 2: *Bio-zertifizierter Joghurt*

<sup>3</sup> Formulierung Hähnchenfleisch: *Hähnchenfleisch aus der Region*; Formulierung vegetarisches Gericht Speiseplan 1: *Käse aus der Region*; Formulierung vegetarisches Gericht Speiseplan 2: *Joghurt aus der Region*

Quelle: Eigene Erhebung

<p><b>Ragout vom Hähnchen</b> mit Wok-Gemüse und Reis</p> <p><b>Tierschutz-zertifiziertes Hähnchenfleisch</b> FÜR MEHR TIERSCHUTZ ZERTIFIZIERT NACH KRITERIEN DES DEUTSCHEN TIERSCHUTZBUNDES TIERSCHUTZLABEL.INFO   Einstiegsstufe</p> <p>Hähnchenfleisch aus der Region <b>Regional</b></p> <p><b>Preis: 5,40 €</b></p>	<p><b>Schnitzel Wiener Art vom Schwein</b> mit Pommes Frites und Salat</p> <p><b>Bio-zertifiziertes Schweinefleisch</b> <b>BIO</b> nach EG-Öko-Verordnung</p> <p>Schweinefleisch aus der Region <b>Regional</b></p> <p><b>Preis: 5,40 €</b></p>	<p><b>Gemüse-Lasagne</b> mit Käse überbacken (<i>vegetarisch</i>)</p> <p><b>Tierschutz-zertifizierter Käse</b> FÜR MEHR TIERSCHUTZ ENTSPRECHEND NACH KRITERIEN DES DEUTSCHEN TIERSCHUTZBUNDES TIERSCHUTZLABEL.INFO   Einstiegsstufe</p> <p><b>Top-Bewertung</b> durch unsere Gäste ★★★★★</p> <p><b>Preis: 3,50 €</b></p>
<p>Menü wählen</p>	<p>Menü wählen</p>	<p>Menü wählen</p>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Ich möchte keines dieser Menüs wählen.</p>		
<input type="radio"/>		

Quelle: Eigene Erhebung

Abbildung 10: Beispielhaftes Choice Set für Speiseplan 1

#### 4.2.2.2 Auswertung

Die Discrete-Choice-Analyse basiert auf der Zufallsnutzentheorie nach Thurstone (1927). Danach setzt sich der Nutzen  $U$ , den ein\*e Entscheider\*in  $n$  in der Auswahl-situation  $s$  aus Alternative  $j$  ableitet, aus einer beobachtbaren Komponente  $V_{nsj}$  und einer nicht-beobachtbaren Komponente  $\varepsilon_{nsj}$  zusammen (Hensher et al. 2015, S. 45):

$$U_{nsj} = V_{nsj} + \varepsilon_{nsj}$$

In der beobachtbaren Nutzenkomponente werden die Einflüsse der im Experiment getesteten Attribute auf die Wahlentscheidung erfasst (Balderjahn et al. 2021, S. 187). Die Nutzenkomponente  $\varepsilon_{nsj}$  umfasst Faktoren, die den Nutzen beeinflussen, jedoch nicht beobachtet werden können (Hensher et al. 2015, S. 83). Um den Nutzen schätzen zu können, muss eine Annahme getroffen werden, wie die unbeobachtete Nutzenkomponente in der Stichprobe verteilt ist (Hensher et al. 2015, S. 84). Die Annahmen über die Verteilung bestimmen die Art des ökonomischen Modells (Hensher et al. 2015, S. 84). Im Multinomialen Logit-Modell (MNL-Modell) wird angenommen, dass die unbeobachtete Nutzenkomponente unabhängig und identisch verteilt (independently and identically distributed, IID) ist (Hensher et al. 2015, S. 97). Dabei wird davon ausgegangen, dass alle Entscheider\*innen für ein gegebenes Attribut dieselben Präferenzen aufweisen (Präferenzhomogenität). Da dies eine sehr restriktive Annahme darstellt, wurden Mixed Logit-Modelle (ML-Modelle) entwickelt, mit denen auch heterogene Präferenzen berücksichtigt werden können (Hensher et al. 2015, S. 99).

ML-Modellen basieren auf der Annahme, dass zumindest einige der Parameter zufällig sind (Random Parameter) und einer bestimmten Wahrscheinlichkeitsverteilung folgen (Hensher et al. 2015, S. 106). Empfohlen wird, für die Random Parameter zunächst eine Normalverteilung anzunehmen (Hensher et al. 2015, S. 611). Die Schätzwerte für die Random Parameter werden mittels wiederholter simulierter Ziehungen aus der zugrunde gelegten Verteilung erhalten (Hensher et al. 2015, S. 604). Anders als Fixed Parameter berücksichtigen Random Parameter eine Variation der Parameter innerhalb der Population. Bei Random Parametern werden daher nicht nur Durchschnittswerte für die Gesamtstichprobe, sondern zusätzlich auch die jeweiligen Standardabweichungen berechnet. Variieren die Parameterwerte signifikant um den Mittelwert, liegen also signifikante Standardabweichungen vor, dann wird für das jeweilige Attribut von heterogenen Präferenzen ausgegangen. Wenn keine signifikanten Standardabweichungen vorliegen, dann kann keine Präferenzheterogenität nachgewiesen werden und der Parameter wird als Fixed Parameter im Modell spezifiziert (Hensher et al. 2015, S. 614f).

Der beobachtete Nutzen der drei Gerichte setzte sich aus folgenden Komponenten zusammen:

- Eine alternativenspezifische Konstante ( $ASC$ ), die den Effekt des jeweiligen Gerichts (z.B. „Ragout vom Hähnchen mit Wok-Gemüse und Reis“) abdeckte. In einem Modell können maximal  $J-1$  ( $J$  = Anzahl der Alternativen) alternativenspezifische Konstanten geschätzt werden (Hensher et al. 2015, S. 51). Das Nutzenlevel der

alternativenspezifischen Konstante für die Nicht-Wahl-Option wurde daher auf null normalisiert (Hensher et al. 2015, S. 52).

- Preisattribut (*preis*) mit dem dazugehörigen Koeffizienten  $\beta_{preis}$ . Für den Preis wurde ein linearer Verlauf angenommen, weshalb er als metrische Variable in das Modell aufgenommen wurde.
- Tierschutz-Label (*tierschutz*) mit dem dazugehörigen Koeffizienten  $\beta_{tierschutz}$
- Bio-Siegel (*bio*) mit dem dazugehörigen Koeffizienten  $\beta_{bio}$
- Regional-Label (*regio*) mit dem dazugehörigen Koeffizienten  $\beta_{regio}$
- Soziale-Norm-Auslobung „Top-Bewertung durch unsere Gäste“ (*snorm*) mit dem dazugehörigen Koeffizienten  $\beta_{snorm}$ . Die Soziale-Norm-Auslobung wurde wie die anderen Label als Dummy-Variable modelliert (1 = Label auf der jeweiligen Alternative vorhanden, 0 = Label auf der jeweiligen Alternative nicht vorhanden).

Da die Alternativenbezeichnung einen Einfluss auf die Wahlentscheidung haben kann, könnte es beispielsweise sein, dass das Bio-Siegel beim Schnitzelgericht mit Bio-Schweinefleisch stärker präferiert wird als bei der Gemüselasagne mit überbackenem Bio-Käse. Variiert ein Schätzparameter zwischen Alternativen, dann liegt ein alternativenspezifischer Parameter vor (Hensher et al. 2015, S. 50). Wenn ein Parameter über mehrere Alternativen hinweg gleich ist, dann handelt es sich um einen generischen Parameter (Hensher et al. 2015, S. 49). Um zu überprüfen, welche Art von Parameter vorlag, wurde zunächst ein MNL-Modell geschätzt, bei dem alle Koeffizienten als alternativenspezifisch festgelegt worden sind. Dabei zeigte sich, dass die Koeffizienten für das Regionalattribut beim Schweine- und Hähnchenfleischgericht ähnlich hoch waren, weshalb sie zum Parameter  $regio_F$  (Regionalauslobung bei einem Fleischgericht) zusammengefasst wurden. Auch waren die Koeffizienten für das Preisattribut bei allen drei Gerichten ähnlich groß, weshalb der Preiskoeffizient im Modell als generisch spezifiziert wurde. Für das Schweinefleischgericht (S), das Hähnchenfleischgericht (H), das vegetarische Gericht (V) sowie für die Nicht-Wahl-Option (NW) eines jeden Speiseplans ergeben sich daraus die folgenden Nutzenfunktionen:

$$U_S = ASC_S + \beta_{preis}preis + \beta_{tierschutzS}tierschutzS + \beta_{bioS}bioS + \beta_{regioF}regioF + \beta_{snormS}snormS + \varepsilon_S$$

$$U_H = ASC_H + \beta_{preis}preis + \beta_{tierschutzH}tierschutzH + \beta_{bioH}bioH + \beta_{regioF}regioF + \beta_{snormH}snormH + \varepsilon_H$$

$$U_V = ASC_V + \beta_{preis}preis + \beta_{tierschutzV}tierschutzV + \beta_{bioV}bioV + \beta_{regioV}regioV + \beta_{snormV}snormV + \varepsilon_V$$

$$U_{NW} = ASC_{NW} + \varepsilon_{NW}$$

In der vorliegenden Studie wurde für jeden Speiseplan zunächst ein MNL-Modell geschätzt. Anschließend wurden alle Parameter als Random spezifiziert, um zu prüfen, ob Präferenzheterogenität vorlag (ML-Modell). Parameter, auf die dies zutraf, wurden als Random im ML-Modell belassen, Parameter ohne signifikante Standardabweichung wurden im Modell als Fixed spezifiziert. Sowohl bei Speiseplan 1 als auch bei Speiseplan 2 lagen für die Parameter

preis, bioS, bioV, S und V signifikante Standardabweichungen vor, sodass sie im ML-Modell als Random Parameter spezifiziert worden sind (vgl. Tabelle 11). Bei Speiseplan 2 konnte zusätzlich auch für den Parameter regioF Präferenzheterogenität nachgewiesen werden. Die Annahme von Random Parametern erhöhte die Modellgüte (McFadden  $R^2$ ) in Speiseplan 1 von 0,23 auf 0,28 und in Speiseplan 2 von 0,23 auf 0,29 (vgl. Anhang 5 und Tabelle 11). Ein McFadden  $R^2$  in Höhe von 0,2 bis 0,4 weist bei empirischen Anwendungen auf eine angemessene Modellgüte hin (Backhaus et al. 2015, S. 210).

Die Logit-Modelle wurden mit Hilfe des R-Pakets logitr (Helveston 2023), Version 1.0.1, berechnet. Für die Random Parameter wurde jeweils eine Normalverteilung angenommen und die ML-Modelle wurden mit 2.000 Sobol-Ziehungen geschätzt. Neben der Schätzung des Gesamtmodells wurden mit dem Verfahren von Louviere & Islam (2008) auch die relativen Attributeinflüsse auf die Wahlentscheidung (Importance Weights) berechnet.

### 4.2.3 Strukturiertes Interview

Im Anschluss an das Choice Experiment wurde mit den Teilnehmenden ein strukturiertes Interview geführt. Hierzu mussten die Teilnehmenden am Bildschirm Fragen zu folgenden Themenbereichen beantworten:

- Nutzungsverhalten in der Betriebskantine: Häufigkeit der Wahl von Fleischgerichten; Grund für die Nicht-Wahl von Fleischgerichten; durchschnittlich gezahlter Preis für ein Mittagsgeschicht
- Verwendung des Bio-Siegels in der eigenen Betriebskantine
- Häufigkeit des Fleischverzehr (auch außerhalb der Betriebskantine)
- Einstellungen zur Tierhaltung
- Vertrauen Öko-Lebensmittel
- Wünsche bezüglich Informationen zu Tierwohl-Fleisch in der Betriebskantine
- Segmentzuordnung der genutzten Kantine (Business, Care, Education)
- sozioökonomische Daten: Schulabschluss, beruflicher Bildungsabschluss, Tätigkeit (körperlich, sitzend), Einkommen

## 4.3 Ergebnisse

### 4.3.1 Beschreibung der Stichprobe

Tabelle 10 zeigt die Zusammensetzung der Stichprobe in Bezug auf ihre soziodemographischen Merkmale. In der Stichprobe sind mit 66 % deutlich mehr Männer als Frauen vertreten. Dies entspricht den Ergebnissen anderer Erhebungen, nach denen mehr Männer als Frauen das Angebot in Kantinen nutzen (BMEL 2023a, S. 21; forsa 2022, S. 30; Pinsker 2013, S. 19). Im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung sind die Altersgruppen zwischen 30 und 59 Jahren stärker und die Altersgruppen der 18- bis 29-Jährigen sowie der 60- bis 67-Jährigen schwächer in der Stichprobe vertreten. Für die jüngste Altersgruppe kann dies damit erklärt werden, dass an der Erhebung nur Personen teilnehmen durften, die erwerbstätig waren und regelmäßig eine Betriebskantine nutzten. Viele Schüler\*innen und Studierende, die einen großen Anteil an der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen ausmachen, kamen daher für die Erhebung

nicht in Betracht. Der im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt niedrigere Anteil an Personen im Alter zwischen 60 und 67 Jahren lässt sich mit dem im Vergleich zu den jüngeren Altersgruppen höheren Anteil an Personen, die nicht mehr erwerbstätig sind, erklären (z.B. Vorruhestand). Die Verteilung der Befragten auf die Bundesländer entspricht in etwa der Verteilung in der deutschen Bevölkerung. Dagegen sind Personen mit höherer Schul- und Berufsbildung in der Stichprobe im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung deutlich über- sowie Personen mit niedrigerer oder ohne Schul- und Berufsbildung deutlich unterrepräsentiert. Dies zeigt sich auch darin, dass Personen aus höheren Haushaltsnettoeinkommensklassen im Vergleich zur Durchschnittsbevölkerung stärker in der Stichprobe vertreten sind.

**Tabelle 10: Soziodemographische Merkmale der Stichprobe**

<b>Merkmal</b>	<b>Stichprobe</b>	<b>Bevölkerung</b>
<i>Geschlecht</i>	<i>(n = 834)</i>	
männlich	65,7 %	49,3 % <sup>1</sup>
weiblich	34,3 %	50,7 % <sup>1</sup>
<i>Alter</i>	<i>(n = 834)</i>	
18-29 Jahre	7,2 %	20,3 % <sup>2</sup>
30-39 Jahre	27,6 %	20,2 % <sup>2</sup>
40-49 Jahre	25,4 %	18,5 % <sup>2</sup>
50-59 Jahre	27,2 %	24,2 % <sup>2</sup>
60-67 Jahre	12,6 %	16,8 % <sup>2</sup>
<i>Bundesland</i>	<i>(n = 834)</i>	
Baden-Württemberg	11,0 %	13,4 % <sup>3</sup>
Bayern	14,5 %	15,8 % <sup>3</sup>
Berlin	7,2 %	4,4 % <sup>3</sup>
Brandenburg	3,7 %	3,0 % <sup>3</sup>
Bremen	0,8 %	0,8 % <sup>3</sup>
Hamburg	3,8 %	2,2 % <sup>3</sup>
Hessen	7,2 %	7,6 % <sup>3</sup>
Mecklenburg-Vorpommern	1,9 %	1,9 % <sup>3</sup>
Niedersachsen	7,3 %	9,6 % <sup>3</sup>
Nordrhein-Westfalen	19,9 %	21,5 % <sup>3</sup>
Rheinland-Pfalz	3,6 %	4,9 % <sup>3</sup>
Saarland	1,8 %	1,2 % <sup>3</sup>
Sachsen	7,0 %	4,9 % <sup>3</sup>
Sachsen-Anhalt	3,1 %	2,6 % <sup>3</sup>
Schleswig-Holstein	3,0 %	3,5 % <sup>3</sup>
Thüringen	4,1 %	2,5 % <sup>3</sup>
<i>Schulabschluss</i>	<i>(n = 829)</i>	
Fachhochschulreife oder Hochschulreife (Abitur)	57,5 %	33,5 % <sup>4</sup>
Realschulabschluss/Mittlere Reife	27,6 %	23,5 % <sup>4</sup>
Abschluss der polytechnischen Oberschule	6,5 %	6,5 % <sup>4</sup>
Hauptschulabschluss/Volksschulabschluss	8,2 %	28,6 % <sup>4</sup>



<b>Merkmal</b>	<b>Stichprobe</b>	<b>Bevölkerung</b>
Noch in schulischer Ausbildung	0,1 %	3,5 % <sup>4</sup>
Ohne allgemeinen Schulabschluss	0,0 %	4,0 % <sup>4</sup>
Ohne Angabe zur Art des Abschlusses	./.	0,2 % <sup>4</sup>
<i>Beruflicher Bildungsabschluss</i>	<i>(n = 834)</i>	
Lehre/Berufsausbildung im dualen System	38,2 %	46,6 % <sup>4</sup>
Fachschulabschluss (z.B. Meister-/Technikerausbildung)	14,3 %	9,3 % <sup>4</sup>
Fachhochschul- oder Hochschulabschluss (z.B. Bachelor, Master, Diplom, Magister)	39,8 %	17,3 % <sup>4</sup>
Promotion	4,3 %	1,2 % <sup>4</sup>
noch ohne beruflichen Bildungsabschluss (Schüler*in, Auszubildende*r, Student*in)	1,1 %	8,9 % <sup>4</sup>
ohne beruflichen Bildungsabschluss	2,3 %	16,3 % <sup>4</sup>
<i>Haushaltsnettoeinkommen</i>	<i>(n = 834)</i>	
unter 500 €	0,4 %	1,7 % <sup>5</sup>
500 bis unter 1000 €	1,4 %	6,7 % <sup>5</sup>
1000 bis unter 1250 €	2,0 %	5,5 % <sup>5</sup>
1250 bis unter 1500 €	2,4 %	5,7 % <sup>5</sup>
1500 bis unter 2000 €	9,4 %	13,3 % <sup>5</sup>
2000 bis unter 2500 €	15,9 %	13,3 % <sup>5</sup>
2500 bis unter 3000 €	13,1 %	10,2 % <sup>5</sup>
3000 bis unter 3500 €	11,2 %	8,9 % <sup>5</sup>
3500 bis unter 4000 €	12,2 %	7,4 % <sup>5</sup>
4000 bis unter 5000 €	16,1 %	10,9 % <sup>5</sup>
5000 € und mehr	12,6 %	16,2 % <sup>5</sup>
Ohne Angabe	3,4 %	/ <sup>5</sup>

Stichprobe: Abweichungen zu 100 % rundungsbedingt

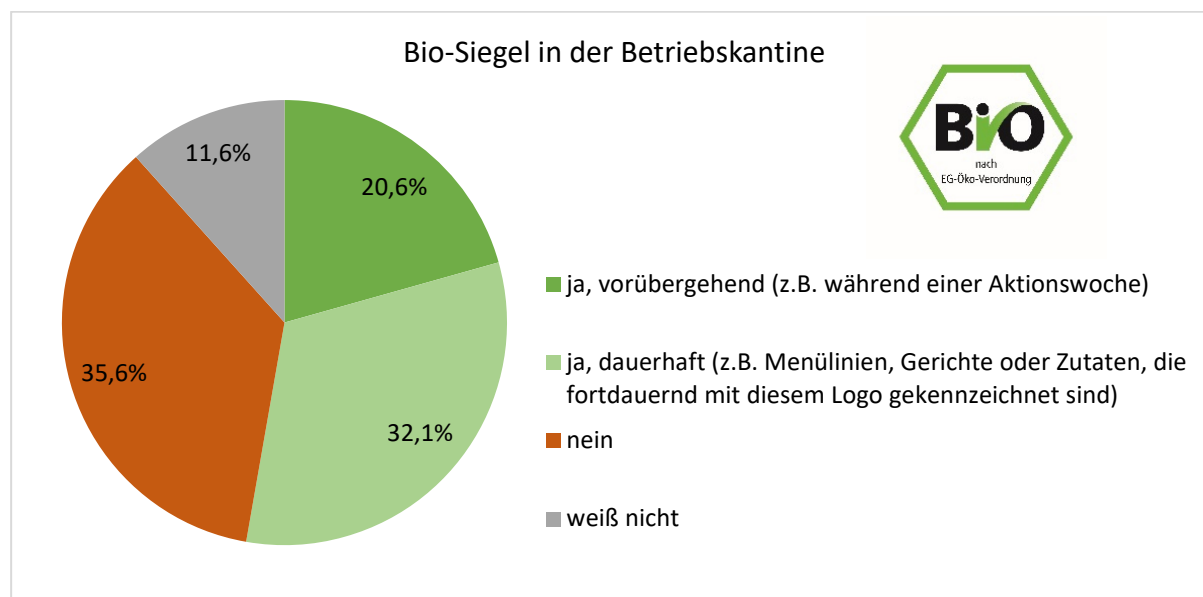
Quellen: <sup>1</sup> Destatis 2022c, Stichtag 31.12.2021; <sup>2</sup> Destatis 2022b, Stichtag 31.12.2021; <sup>3</sup> Destatis 2022a, Stichtag 31.12.2021; <sup>4</sup> Destatis 2020, Personen im Alter von 15 Jahren und mehr, Jahr 2019; <sup>5</sup> Destatis 2023, Jahr 2022, bezogen auf die Anzahl der Hauptwohnsitzhaushalte

Fast zwei Drittel (65 %, n = 834) der Befragten gaben an, einer überwiegend sitzenden Tätigkeit (z.B. Büroarbeit) nachzugehen. 23 % der Teilnehmenden dagegen gingen einer überwiegend körperlichen, stehenden oder gehenden Tätigkeit (z.B. Arbeit in einer Produktion, auf dem Bau, im Handwerk, in der Pflege, in der Gastronomie) nach und bei 12 % lag zu etwa gleichen Anteilen eine körperliche und sitzende Tätigkeit vor.

Da der Begriff „Betriebskantine“ unterschiedlich verstanden werden kann, wurden die Teilnehmenden gefragt, welche der aufgeführten Verpflegungsformen am ehesten der von ihnen genutzten Betriebskantine entspricht. Die überwiegende Mehrheit (83 %, n = 834) der Befragten ordnete sich der folgenden Beschreibung und damit dem klassischen Segment der Betriebsgastronomie („Business“, vgl. Kapitel 2.1). zu: „Kantine eines Unternehmens (z.B. Automobilhersteller, Versicherung, Energieversorger), einer öffentlichen Einrichtung (z.B. Behörde, jedoch NICHT Schulen und Hochschulen) oder der Bundeswehr“. Jeweils 7 % der Teilnehmenden ordneten ihre Betriebskantine der Verpflegungsform „Schul- oder Hochschulmensa“

bzw. „Kantine/Cafeteria eines Krankenhauses oder einer Rehabilitationsklinik“ zu. Diese Segmente werden in der Gemeinschaftsverpflegung den Bereichen „Education“ bzw. „Care“ zugeordnet (vgl. Kapitel 2.1). Da die Entscheidungssituation für Gäste, die die jeweiligen Kantinen im *beruflichen* Kontext in Anspruch nehmen, in allen drei Segmenten der Gemeinschaftsgastronomie als vergleichbar angenommen wurde, wurden alle Teilnehmenden unabhängig von der angegebenen Verpflegungsform in die Datenauswertung eingeschlossen. Jedoch wurden Befragte von der Datenauswertung ausgeschlossen, die unter der Antwortoption „Anderes, und zwar“ Verpflegungsformen nannten, bei denen nicht von einer kantinenüblichen Entscheidungssituation ausgegangen werden konnte, z.B. „Gewerbegebiet“ oder „Wohnheim“.

Die Teilnehmenden wurden gefragt, ob sie das deutsche Bio-Siegel schon einmal beim Speisenangebot in ihrer Betriebskantine gesehen haben. Während ein gutes Drittel der Befragten dies verneinte, behaupteten 32 % der Befragten, dass das Bio-Siegel in ihrer Kantine dauerhaft verfügbar sei (vgl. Abbildung 11). 21 % der Teilnehmenden glaubten, das Bio-Siegel vorübergehend in ihrer Kantine gesehen zu haben. 12 % der Befragten bekannten, es nicht zu wissen. Der Anteil von rund 50 % der Befragten, der glaubte, das Bio-Siegel schon einmal in seiner Betriebskantine gesehen zu haben, deckt sich mit dem BMEL-Öko-Barometer. Danach gaben knapp 50 % der Befragten an, dass in der von ihnen genutzten Kantine Öko-Lebensmittel verwendet werden (BMEL 2023a, S. 22).



Frage: *Haben Sie das folgende Siegel [Abbildung des deutschen Bio-Siegels] schon einmal beim Speisenangebot in Ihrer Betriebskantine gesehen?*

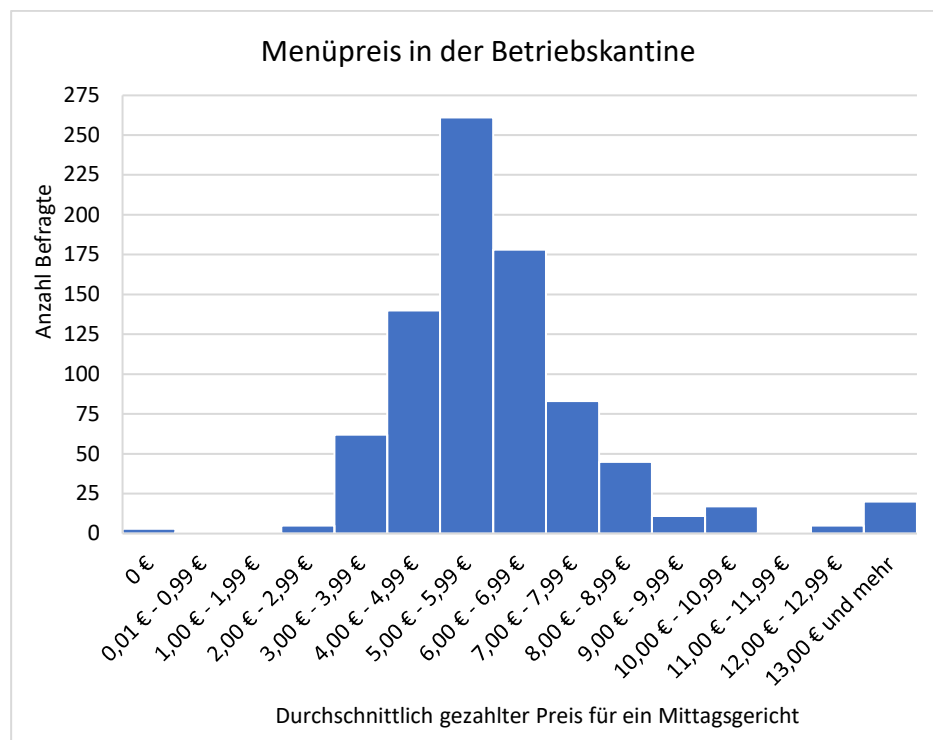
n = 834; Abweichungen zu 100 % rundungsbedingt

Quelle: Eigene Erhebung

#### **Abbildung 11: Vorhandensein des Bio-Siegels in der Betriebskantine**

Die Befragten wurden des Weiteren gebeten anzugeben, welchen Preis sie im Durchschnitt in ihrer Betriebskantine für ein Mittagsgeschicht zahlen. Abbildung 12 kann entnommen werden, dass am häufigsten ein Preis zwischen 5,00 € und 5,99 € gezahlt wurde, gefolgt von einem

Preis zwischen 6,00 € und 6,99 € sowie einem Preis zwischen 4,00 € und 4,99 €. Preise unterhalb von 3,00 € sowie oberhalb von 8,99 € wurden vergleichsweise selten gezahlt.



Frage: Welchen Preis zahlen Sie in Ihrer Betriebskantine im Durchschnitt für ein Mittagsgeschicht?

n = 832

Quelle: Eigene Erhebung

#### Abbildung 12: Durchschnittlich gezahlter Preis für ein Mittagsgeschicht in der Betriebskantine

Fast alle Befragten (n = 834) gaben an, in der Betriebskantine zumindest manchmal ein Hauptgericht mit Fleisch zu wählen. Auch Hauptgerichte ohne Fleisch (vegetarisch, vegan, Fisch) oder Kleinigkeiten/Snacks, wie z.B. ein kleiner Salat, eine kleine Suppe, ein belegtes Brötchen, ein Wrap oder ein Hotdog, wurden von einer Mehrheit der Befragten nach eigenen Angaben zumindest manchmal ausgewählt. Jeweils rund ein Viertel der Teilnehmenden entschied sich selten oder nie für ein fleischloses Gericht oder für eine Kleinigkeit/einen Snack. Insgesamt kann anhand der Antworten zur Speisenwahl festgehalten werden, dass die Zielgruppe der fleischiessenden Kantinennutzer\*innen erreicht werden konnte und dass sich eine Mehrheit der befragten Personen auch offen für Nicht-Fleischgerichte sowie für kleine Speisen/Snacks zeigte<sup>38</sup>.

Personen, die in der Betriebskantine selten oder nie ein Hauptgericht mit Fleisch wählten, wurden in einer offenen Frage gebeten, den Grund hierfür zu nennen. Als häufige Gründe wurden angeführt:

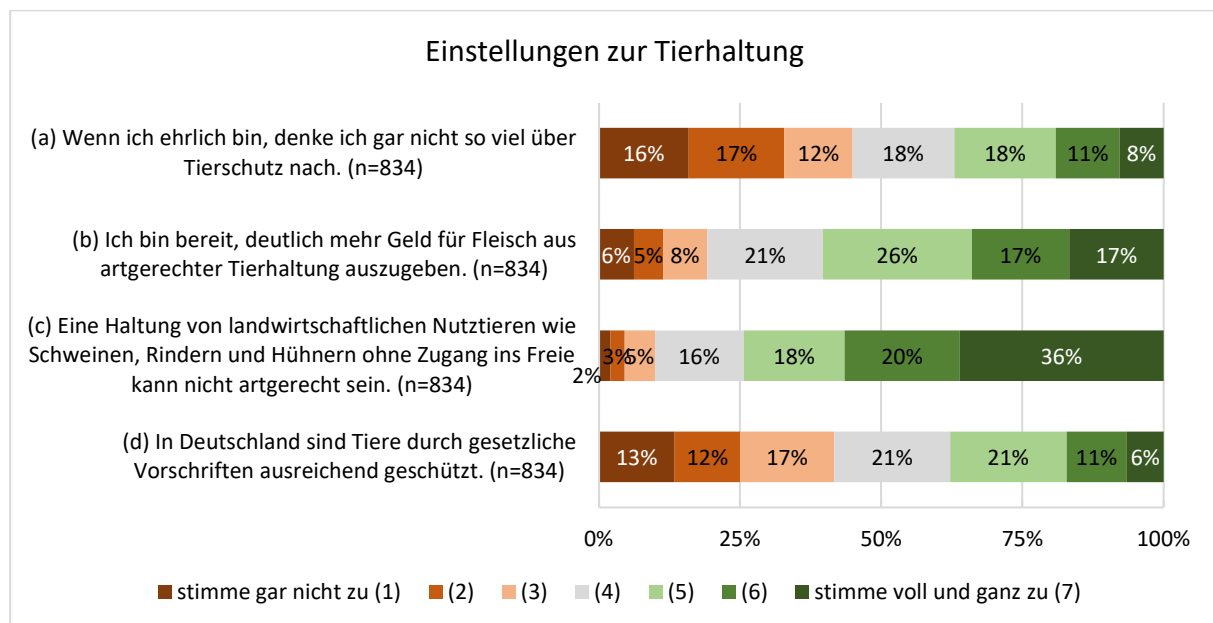
- das Fleischangebot sei geschmacklich nicht ansprechend/appetitlich;
- das vegetarische Angebot sei ansprechender;

<sup>38</sup> Die Antworten waren nicht immer konsistent. So gaben insgesamt 258 Befragte, die äußerten, sich „immer“ oder „häufig“ für ein „Hauptgericht mit Fleisch“ zu entscheiden, auch an, „immer“ oder „häufig“ ein „Hauptgericht ohne Fleisch“ und/oder „immer“ oder „häufig“ eine „Kleinigkeit/Snack“ zu wählen.

- es bestehe eine generelle Präferenz für vegetarisches Essen;
- die Fleischqualität sei gering (z.B. aus „Massentierhaltung“);
- die Fleischherkunft sei unbekannt;
- der Fleischkonsum sei generell gering oder werde gerade reduziert, z.B. aus Gesundheits-, Tierwohl- und/oder Umweltgründen;
- die Fleischgerichte seien teuer oder es sei ein günstigeres Alternativangebot verfügbar.

Gefragt nach dem Verzehr von Fleisch und Wurst insgesamt, also auch außerhalb der Betriebskantine, gaben 38 % der Befragten (n = 834) an, diese Produkte drei- bis viermal pro Woche zu konsumieren. 23 % verzehrten Fleisch und Wurst fünf- bis sechsmal pro Woche, 19 % ein- bis zweimal pro Woche und 16 % täglich. 3 % äußerten, seltener als einmal pro Woche Fleisch und Wurst zu essen.

Die Teilnehmenden wurden des Weiteren zu ihren Einstellungen zur Tierhaltung sowie zu ihrem Vertrauen in Öko-Lebensmittel befragt. In Bezug auf die Statements „Wenn ich ehrlich bin, denke ich gar nicht so viel über Tierschutz nach.“ sowie „In Deutschland sind Tiere durch gesetzliche Vorschriften ausreichend geschützt.“ waren die Befragten unterschiedlicher Ansicht (vgl. Abbildung 13). Insgesamt lehnten jedoch etwas mehr Befragte die beiden Statements ab als dass sie ihnen zustimmten. Der Aussage „Eine Haltung von landwirtschaftlichen Nutztieren wie Schweinen, Rindern und Hühnern ohne Zugang ins Freie kann nicht artgerecht sein.“ stimmten fast drei Viertel der Teilnehmenden eher oder voll und ganz zu. Auch äußerte eine Mehrheit der Befragten eine Bereitschaft, mehr Geld für Fleisch aus artgerechter Tierhaltung auszugeben.



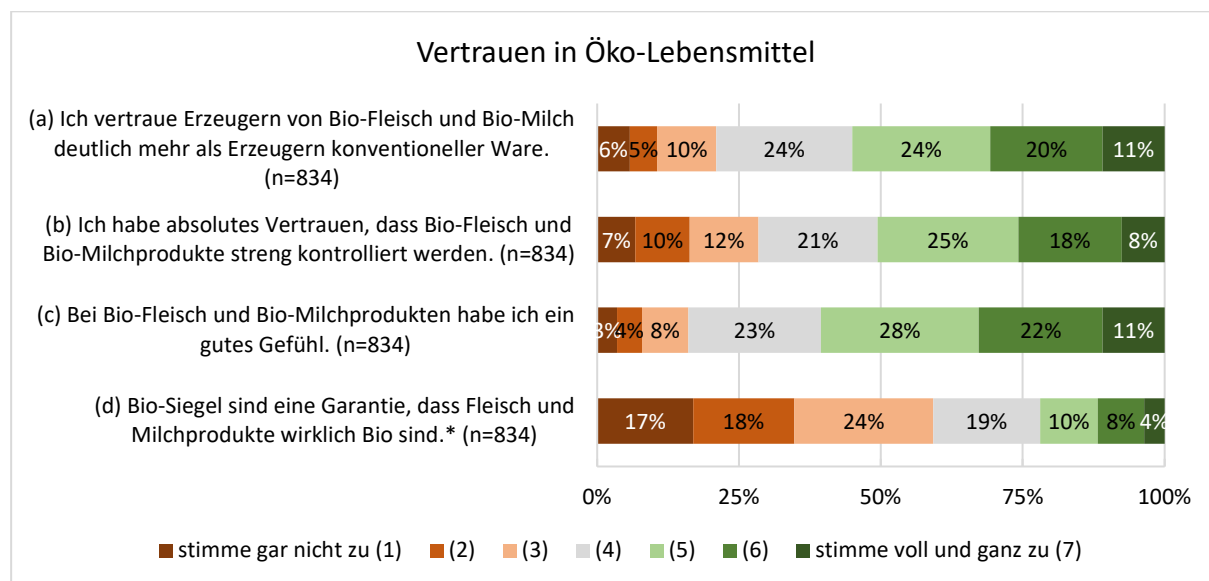
Abweichungen zu 100 % rundungsbedingt

Quellen Statements: (a) Zühlsdorf et al. 2016, S. 22; (b) modifiziert nach Zühlsdorf et al. 2016, S. 20; (c) modifiziert nach Kühn o.J.; (d) Zühlsdorf et al. 2016, S. 20

Quelle Daten: Eigene Erhebung

**Abbildung 13: Einstellungen zur Tierhaltung**

In Bezug auf die Aussagen „Ich vertraue Erzeugern von Bio-Fleisch und Bio-Milch deutlich mehr als Erzeugern konventioneller Ware.“, „Ich habe absolutes Vertrauen, dass Bio-Fleisch und Bio-Milchprodukte streng kontrolliert werden.“ und „Bei Bio-Fleisch und Bio-Milchprodukten habe ich ein gutes Gefühl.“ offenbarte eine Mehrheit der Befragten, den Aussagen zumindest noch zustimmen zu können (vgl. Abbildung 14). Die Zustimmung war jedoch nur bei einem Viertel bis zu einem Drittel der Teilnehmenden stark ausgeprägt (Skalenwert 6 oder 7). Auch gab eine Mehrheit der Befragten an, Öko-Siegel nicht oder eher nicht als Garantie dafür zu sehen, dass Fleisch und Milchprodukte wirklich Öko sind.



\* Formulierung im Fragebogen: *Bio-Siegel sind keine Garantie, dass Fleisch und Milchprodukte wirklich Bio sind.*  
Abweichungen zu 100 % rundungsbedingt

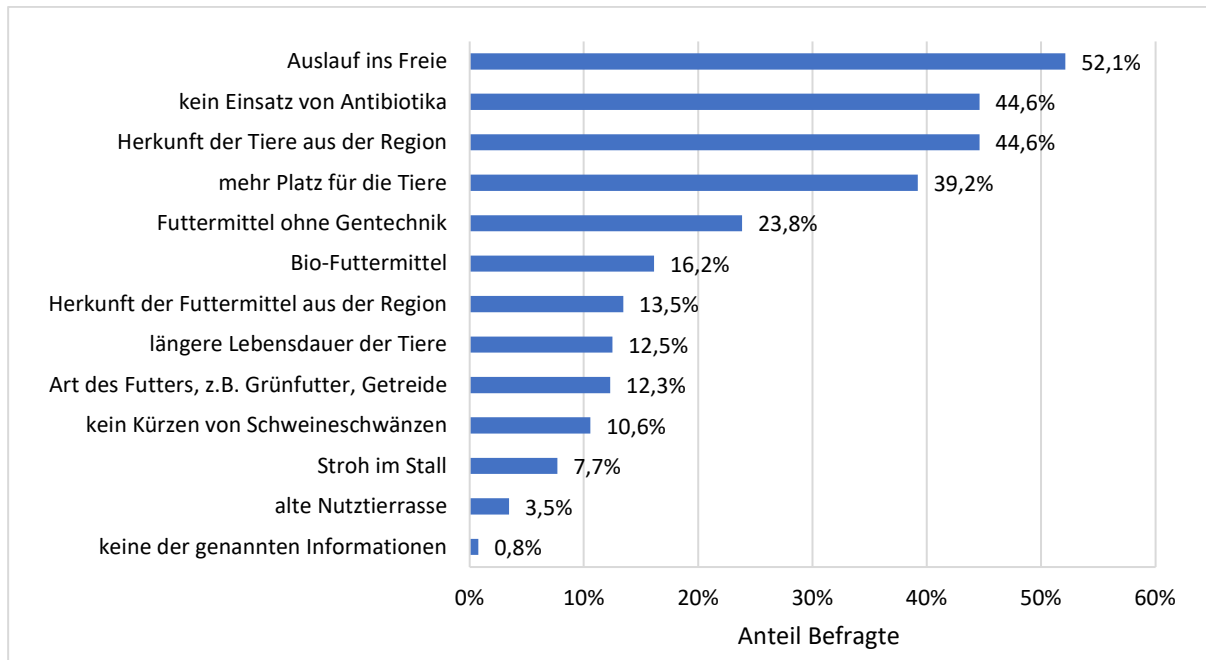
Quellen Statements: (a) modifiziert nach Kühn et al. 2023, S. 5; (b) modifiziert nach Wägeli & Hamm 2012, S. 48; (c) modifiziert nach Schipmann-Schwarze et al. 2023, S. 62; (d) modifiziert nach Schipmann-Schwarze et al. 2023, S. 58

Quelle Daten: Eigene Erhebung

#### Abbildung 14: Vertrauen in Öko-Lebensmittel

In einem weiteren Themenblock wurden die Teilnehmenden danach gefragt, welche Informationen zu Tierwohl-Fleisch sie sich in ihrer Betriebskantine wünschen würden. Die meisten Befragten (47 %, n = 832) wünschten sich sowohl Siegel, wie ein Öko- oder ein Tierwohl-Siegel, als auch Hintergrundinformationen, z.B. wie viel Platz die Tiere haben und ob sie Auslauf ins Freie erhalten. 22 % der Teilnehmenden gaben an, dass ihnen Siegel als Information ausreichten, während 15 % mit ausschließlich Hintergrundinformationen zufrieden wären. Weitere 15 % der Befragten wünschten keine Informationen zu Tierwohl-Fleisch in ihrer Betriebskantine. Personen, die angaben, sich Hintergrundinformationen ohne oder Hintergrundinformationen mit Siegel zu wünschen, wurden anschließend gefragt, um welche Hintergrundinformationen zu Tierwohl-Fleisch es sich dabei handelte. Die Teilnehmenden sollten aus einer vorgegebenen Liste mindestens einen und maximal drei Aspekte auswählen. Am häufigsten gewünscht wurden Informationen darüber, dass die Tiere Auslauf ins Freie erhalten, gefolgt vom Verzicht auf Antibiotika sowie der Information, dass die Tiere aus der Region stammen (vgl. Abbildung 15). Von vergleichsweise hoher Relevanz waren zudem die Aspekte „mehr Platz

für die Tiere“ sowie „Futtermittel ohne Gentechnik“. Die Aspekte „Stroh im Stall“ sowie „alte Nutztier rasse“ wurden im Vergleich zu den anderen Informationen am seltensten genannt.



Frage: Welche Hintergrundinformationen zu Tierwohl-Fleisch wünschen Sie sich in Ihrer Betriebskantine? Bitte wählen Sie mindestens einen und maximal drei der genannten Punkte aus.

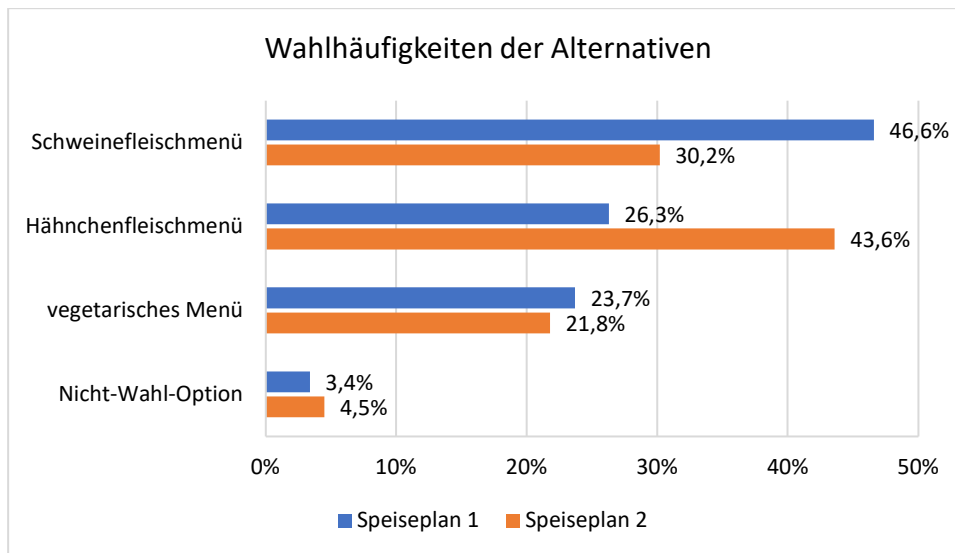
n = 520

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 15: Hintergrundinformationen zu Tierwohl-Fleisch in der Betriebskantine**

#### 4.3.2 Präferenzstruktur der Kantinennutzenden

Nachfolgend werden die Ergebnisse aus dem Choice Experiment dargestellt. Abbildung 16 zeigt, wie häufig die jeweiligen Gerichte sowie die Nicht-Wahl-Option im jeweiligen Speiseplan gewählt wurden. Im Speiseplan 1 wurde das Schweinefleischgericht und im Speiseplan 2 das Hähnchenfleischgericht am häufigsten gewählt. Dabei handelte es sich jeweils um das „Schnitzelgericht“ (Schnitzel Wiener Art vom Schwein bzw. gebratenes Hähnchenschnitzel). In beiden Speiseplänen folgten an zweiter Stelle das alternative Fleischgericht und an dritter Stelle das vegetarische Gericht, auf das jeweils gut ein Fünftel der Entscheidungen entfielen. Die Nicht-Wahl-Option wurde relativ selten ausgewählt.



n = 834 je Speiseplan, Anzahl an Beobachtungen = 2.502 je Speiseplan

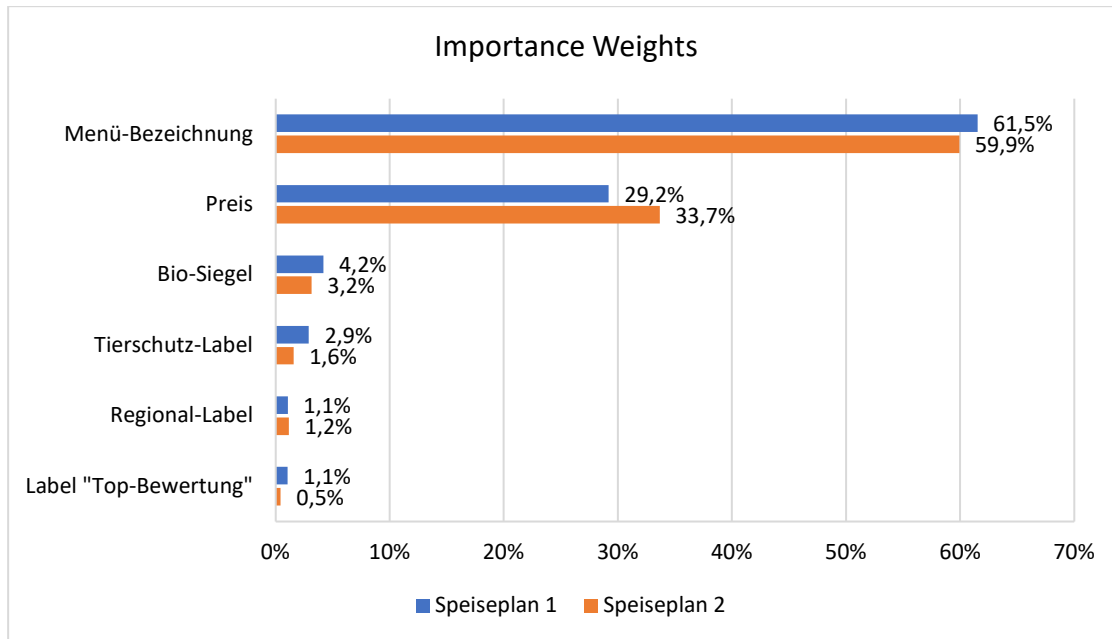
Quelle: Eigene Erhebung

### Abbildung 16: Wahlhäufigkeiten der Alternativen auf Speiseplan 1 und Speiseplan 2

Die Kernergebnisse im Überblick (sofern nicht anders angegeben, zeigten sich diese Einflüsse sowohl in Speiseplan 1 als auch in Speiseplan 2):

- Mit einem Anteil von rund 60 % hatte das Gericht (z.B. „Schnitzel Wiener Art vom Schwein mit Pommes Frites und Salat“) im Verhältnis zu den anderen Attributen den mit Abstand größten Einfluss auf die Wahlentscheidung (vgl. Abbildung 17).
- Der Preis hatte mit rund 30 % den zweitgrößten Einfluss. Ein steigender Preis reduzierte erwartungsgemäß die Wahrscheinlichkeit dafür, dass ein Gericht gewählt wurde.
- Die übrigen Attribute waren – im Verhältnis – von deutlich geringerer Bedeutung. Das Bio-Siegel, das Tierschutz-Label und das Regional-Label erhöhten bei den Fleischgerichten die Wahrscheinlichkeit dafür, dass ein Gericht gewählt wurde. Bei den vegetarischen Gerichten, bei denen sich diese Label auf die tierische Komponente (Joghurt-Dip bzw. Käseüberzug) bezogen, zeigte sich dagegen kein signifikanter Einfluss der drei Auslobungen.
- Für die Auslobung „Top-Bewertung durch unsere Gäste“ zeigte sich bei Speiseplan 1 bei beiden Fleischgerichten ein signifikant positiver Einfluss auf die Menüwahl.

Die Menüentscheidungen wurden also zu rund 90 % vom Gericht und vom Preis beeinflusst, die übrigen Attribute waren – im Verhältnis – von deutlich geringerer Bedeutung.



n = 834 je Speiseplan, Anzahl an Beobachtungen = 2.502 je Speiseplan

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 17: Importance Weights für Speiseplan 1 und Speiseplan 2**



**Tabelle 11: ML-Modelle für Speiseplan 1 und Speiseplan 2**

	Speiseplan 1			Speiseplan 2		
	Spez.	Koeffizient	Sign.	Spez.	Koeffizient	Sign.
<i>Parameter</i>						
Preis	RP	-0,64	***	RP	-0,87	***
Tierschutz-Label (Schwein)	fix	0,79	***	fix	0,72	**
Tierschutz-Label (Hähnchen)	fix	0,95	***	fix	0,85	***
Tierschutz-Label (vegetarisch)	fix	0,39		fix	0,12	
Bio-Siegel (Schwein)	RP	0,81	***	RP	0,80	**
Bio-Siegel (Hähnchen)	fix	1,23	***	fix	0,87	**
Bio-Siegel (vegetarisch)	RP	-0,03		RP	-0,54	
Regional-Label (Fleisch)	fix	0,45	**	RP	0,52	**
Regional-Label (vegetarisch)	fix	0,20		fix	-0,01	
Schweinefleischgericht	RP	7,98	***	RP	9,71	***
Hähnchenfleischgericht	fix	7,00	***	fix	10,63	***
vegetarisches Gericht	RP	6,37	***	RP	8,81	***
Label „Top-Bewertung“ (Schw.)	fix	0,51	*	fix	0,39	
Label „Top-Bewertung“ (Hähn.)	fix	0,44	*	fix	0,37	
Label „Top-Bewertung“ (veg.)	fix	0,29		fix	-0,04	
<i>Standardabweichung</i>						
Preis (sd)		-0,46	***		0,72	***
Bio-Siegel (Schwein) (sd)		-1,64	**		2,14	**
Bio-Siegel (vegetarisch) (sd)		-1,69	**		2,05	***
Regional-Label (Fleisch) (sd)		-			-1,38	***
Schweinefleischgericht (sd)		2,12	***		1,97	***
vegetarisches Gericht (sd)		2,00	***		-2,51	***
Log-Likelihood		-2486,42			-2457,22	
McFadden R <sup>2</sup>		0,28			0,29	
Beobachtungen		2502			2502	
n		834			834	

Spez. = Spezifikation des Parameters; Sign. = Signifikanz; fix = fixed Parameter; RP = Random Parameter; sd = Standardabweichung; negative Standardabweichungen haben rechentechnische Gründe und sollten wie positive Werte interpretiert werden (Helveston 2023, S. 22); signifikant auf dem Niveau von \*\*\* 0,001, \*\* 0,01, \* 0,05

Quelle: Eigene Erhebung

## 4.4 Diskussion und Schlussfolgerungen

Die aus dem Choice Experiment ermittelten Importance Weights verdeutlichen, dass die Menüentscheidung überwiegend danach getroffen wurde, welches Gericht zur Auswahl stand. Einzelne Menüattribute, wie das Tierschutz-Label, das Bio-Siegel oder das Regional-Label, hatten im Verhältnis zum Gericht eine weitaus geringere Bedeutung. Dennoch hatten diese Kennzeichnungen bei den Fleischgerichten einen signifikant positiven Einfluss auf die Menüwahl. Ähnliche Ergebnisse zeigen sich mit Fokus auf eine Restaurantwahl bei Futtrup & Grunert (2023, S. 37) sowie in einer Studie zu allgemeinen Eigenschaften des Menüangebots in zwei Betriebskantinen bei Ohlhausen & Langen (2021, S. 6f). In der vorliegenden Untersuchung wie auch in den Studien von Futtrup & Grunert (2023) sowie von Ohlhausen & Langen (2021) hatte zudem der Preis eine vergleichsweise hohe Bedeutung bei der Wahlentscheidung. Für die vorliegende Studie bleibt dabei unklar, inwieweit die gesellschaftliche Verunsicherung durch Ukraine-Krieg und Inflation möglicherweise die Preissensitivität der Befragten beeinflusst hat.

Die Studienergebnisse machen deutlich, dass Öko-Fleischqualität dann eine hohe Relevanz bei der Menüentscheidung erhalten kann, wenn sie mit einem attraktiven, die Geschmacksvorlieben der Gäste treffenden Speisenangebot verknüpft wird (vgl. auch Futtrup & Grunert 2023, S. 45). Dies wirft die Frage auf, ob die Umwelt- und Tierwohl-Vorteile von Öko-Fleisch in Betriebskantinen überhaupt an Gäste kommuniziert werden sollten und wenn ja, wie dies geschehen sollte. Zum ersten Teil der Frage kann angeführt werden, dass der Einsatz von Öko-Fleisch in der Regel mit Mehrkosten verbunden ist, die vom Gast (mit)getragen werden müssen. Damit dies geschieht, ist es unabdingbar, Vertrauen in die eingesetzten Öko-Lebensmittel und Akzeptanz für die Mehrkosten herzustellen. Transparenz über die Produktionsbedingungen und die Bereitstellung von Sachinformationen sind dafür wesentliche Maßnahmen. Auch wenn diese Informationen bei der Menüentscheidung nur eine nachgeordnete Rolle spielen, wünschte sich doch ein großer Anteil der in der Studie befragten Personen, dass in der Betriebskantine Informationen zu Tierwohl-Fleisch angeboten werden, sei es in Form eines Labels und/oder in Form von Hintergrundinformationen. Dieses Ergebnis deckt sich mit dem BMEL-Ernährungsreport, in dem rund drei Viertel der Befragten Informationen zur Tierhaltung bei Fleischgerichten in der Kantine als wichtig oder sehr wichtig erachteten (forsa 2021, S. 52). Sind Informationen zur Tierhaltung an der Ausgabetheke nur von nachgeordneter Bedeutung, dann brauchen dort auch keine Detailinformationen bereitgestellt werden. Im Kontext der Menüentscheidung dürfte es ausreichen zu signalisieren, dass weitere Informationen verfügbar sind und bei Bedarf abgerufen werden können. Dies könnte beispielsweise mittels eines Weblinks oder QR-Codes auf dem Speiseplan erfolgen. Auf der verlinkten Website können dann, sofern gewünscht, die Hintergrundinformationen zur Tierhaltung eingesehen werden.

Die sozioökonomischen Merkmale der Stichprobe und die Antworten im Fragebogen (z.B. Verständnis des Begriffs „Betriebskantine“, Fleischkonsum) lassen darauf schließen, dass mit der Befragung die Zielgruppe der fleischiessenden Nutzer\*innen von Betriebskantinen erreicht werden konnte. Die Stichprobe umfasste verschiedene Geschlechter, Altersgruppen, Regionszugehörigkeiten und Bildungsstände, die jeweils eine für die Zielgruppe plausible Verteilung

aufwiesen. Da die Betriebsgastronomie sehr vielfältig aufgestellt ist, insbesondere in Bezug auf die Branchen, die Verpflegungsbudgets und die Art der Gäste (z.B. Mitarbeitende in Produktion, Mitarbeitende aus Forschung und Entwicklung; vgl. Kapitel 2.1), können die Studienergebnisse nur eingeschränkt auf einzelne Betriebsrestaurants übertragen werden. So ist denkbar, dass beispielsweise in einem Unternehmen, das in der Forschung und Entwicklung tätig ist und bei dem ein überdurchschnittliches Einkommens- und Bildungsniveau der Mitarbeitenden vorliegt, der Preis bei der Menüentscheidung eine geringere und das Öko-Attribut eine größere Rolle spielt als in der Studie ermittelt wurde. So zeigte sich beispielsweise in einer Untersuchung zur Individualgastronomie in Dänemark, dass Gäste mit einer höheren Öko-Präferenz im Vergleich zu Gästen mit einem höheren Preisbewusstsein höhere Einkommen und einen höheren Bildungsgrad aufwiesen (Futtrup & Grunert 2023, S. 41f). Um eine Aussage für einzelne Kantinen treffen zu können, war ursprünglich vorgesehen, die Erhebung in realen Betriebsrestaurants durchzuführen. Infolge der Covid-19-Pandemie wäre eine Datenerhebung in realen Betriebskantinen jedoch mit erheblichen Unwägbarkeiten in Bezug auf die zu erreichende Stichprobengröße verbunden gewesen, weshalb davon abgesehen wurde.

## 5 Praxistest

### 5.1 Zielsetzung, Planung und Durchführung

Der Praxistest bestand aus einem Verkaufstest sowie aus einer Gästebefragung, in denen die Akzeptanz von Gerichten mit Öko-Fleisch sowie Herausforderungen bei deren Einsatz ermittelt werden sollten. Ursprünglich war geplant, den Praxistest in zwei Betriebskantinen durchzuführen. Aufgrund der Herausforderungen durch die Covid19-Pandemie ließ sich der Verkaufstest jedoch nur in einer Kantine realisieren. Dabei handelte es sich um das Betriebsrestaurant der DZ HYP Bank in Hamburg.

Die Planungen für die Verkaufstests wurden im Rahmen eines Vor-Ort-Termins in Hamburg festgelegt. Zu Beginn des Projektes waren mehrere Termine vorgesehen, die aufgrund der Coronapandemie nicht wahrgenommen werden konnten. Die Absprachen erfolgten daher über Video- oder Telefonkonferenzen.

In Vorbereitung zur Durchführung der Verkaufstests wurde zunächst die bisherige Lieferstruktur betrachtet und mögliche neue Fleischlieferanten recherchiert. Auswahlkriterium waren die mengenmäßige Verfügbarkeit der Ware, ein regionales Öko-Angebot und die Preisgestaltung. Aus den Ergebnissen der Recherche konnten dem Betriebsleiter Vorschläge unterbreitet werden. Nach telefonischen Absprachen mit verschiedenen Lieferanten und dem Betriebsleiter wurde von ihm die Bio-Fleischerei Fricke ausgewählt. Die Nähe des Betriebes, die Auswahl verschiedener Tierarten (alle Produkte von einem Lieferanten) und die Preisgestaltung haben den Ausschlag gegeben.

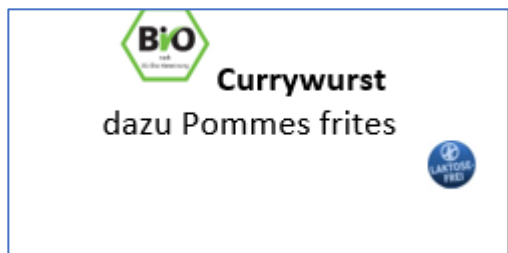
Parallel wurde die Speiseplanung besprochen. Grundsätzlich musste entschieden werden, ob die Rezepturen der Fleischgerichte für das Bio-Fleischgericht geändert werden sollten oder nur ein Produktaustausch (z.B. konventionelle Bratwurst zu Bio-Bratwurst) in Frage kam. Die Entscheidung fiel zugunsten eines Produktaustauschs. Die Rezepturen blieben unverändert. Eine zufriedenstellende Vergleichbarkeit der beiden Fleischqualitäten konnte nach übereinstimmender Meinung der Projektbeteiligten nur bei identischer Rezeptur gewährleistet werden. Ein veränderter Gewürzcompound der Currywurst-Soße beispielsweise hätte die Bewertung beeinflussen können, da die Gäste über Jahre mit dem Geschmack ihrer Currysoße vertraut sind.

Der Einsatz des Öko-Fleisches wurde den Gästen gegenüber über eine Ankündigung im Intranet, auf Tischaufstellern und Handzetteln sowie auf dem Speiseplan kommuniziert. Zwingend erforderlich war daher die Öko-Zertifizierung. Dem Betriebsleiter wurden drei Öko-Kontrollstellen vorgestellt, zu deren Geschäftsfeldern die Kontrolle von Großkücheneinrichtungen gehören. Nach der Auswahl der Öko-Kontrollstelle wurde in einer Videokonferenz das Vorgehen besprochen.

Herausfordernd war, dass nach Vorgaben der Öko-Kontrollstelle während der Aktionsphase keine Parallelprodukte angeboten werden durften. Dies bedeutete, dass während eines Aktionszeitraumes nicht gleichzeitig eine Bio-Hähnchenbrust und am darauffolgenden Tag eine konventionelle Hähnchenbrust zubereitet werden konnte. Begründet wurde dies mit der Verwechslungsgefahr in der Zubereitung der sich optisch ähnelnden Produkte. In mehreren

Videokonferenzen und telefonischen Absprachen wurden die anfänglichen Irritationen gelöst. Eine Verwechslungsgefahr von ökologischer und konventioneller Ware konnte für den Aktionszeitraum ausgeschlossen werden.

In einer gemeinsamen Telefonkonferenz mit dem Betriebsleiter und der Öko-Kontrollstelle wurde die Kennzeichnung der Öko-Produkte auf dem Speiseplan festgelegt. Das Bio-Siegel wurde, so wie im nachfolgenden Beispiel (vgl. Abbildung 18), direkt an der Beschreibung des Gerichtes eingefügt<sup>39</sup>.



**Abbildung 18: Kennzeichnung der Öko-Fleischkomponente auf dem Speiseplan**

Die angebotene Unterstützung, Veränderungen in den Rezepturen der konventionellen Gerichte vorzunehmen, um die Mehrkosten der Öko-Produkte aufzufangen, wurde nicht in Anspruch genommen. Die Mehrkosten sollten kalkulatorisch nicht aufgefangen werden. In Abstimmung mit der Verwaltungsleitung entschied sich die Betriebsleitung dazu, auf Öko-Fleischgerichte 1 € aufzuschlagen. Externe Gäste zahlten nach dem Aufschlag 7,95 € für das Öko-Gericht, die betriebseigenen Gäste 4,60 €.

In der Warenbeschaffung zeigte sich jedoch, dass die Erhöhung nicht für alle Produkte nötig war. Die Warenkosten für die Currywurst lagen unter denen des konventionellen Vergleichsprodukts. Bio-Kasseler und Bio-Schweinelachse hatten zur konventionellen Ware keinen Preisunterschied. In einem Interview mit einem Öko-Anbauverband wurden die angenommenen Gründe für die Preisangleichung erfragt. Als wesentlicher Grund wurde der Preisanstieg des konventionellen Futtergetreides genannt. Die Preise für Düngemittel sind seit dem Ukrainekrieg stark angestiegen und im Zuge dessen auch die Futterpreise. Ein Umstand, der die ökologischen Erzeugerbetriebe nicht betrifft. Allerdings kaufen konventionelle Tierhalter vermehrt Öko-Futter, was die Ware verknappt und die Preise mittelfristig auch ansteigen lässt.

## **5.2 Verkaufstest in der Testkantine Hamburg**

### **5.2.1 Ziel und Fragestellungen**

Ziel des Verkaufstests ist es zu ermitteln, wie Gerichte mit Öko-Fleisch von den Kantinengästen angenommen werden. Hierzu wurden Testgerichte definiert, in denen die bisherige konventionelle Fleischkomponente durch eine Öko-Fleischkomponente ersetzt wird. Als Messgröße dienen die Abverkäufe der Test- und der Alternativgerichte.

<sup>39</sup> Mit Inkrafttreten der neuen Bio-AHV-Verordnung (Bio-AHVV) im Herbst 2023 kommt es zu Änderungen bei der Öko-Auslobung, vgl. Kapitel 6.

## 5.2.2 Material und Methoden

Der Verkaufstest erstreckte sich auf insgesamt 12 Aktionstage in drei jeweils zweiwöchigen Aktionszeiträumen (4 Aktionstage je Aktionszeitraum) im Zeitraum Mai bis Juli 2022. An jedem Aktionstag wurde ein Gericht mit Öko-Fleisch angeboten und die Fleischkomponente auf dem Speiseplan als Öko gekennzeichnet. Die Aktionsgerichte bestanden aus Fleisch unterschiedlicher Tierarten (Schwein, Rind, Hähnchen, Pute). Die Gerichte und Fleischkomponenten entstammten dem üblichen Speiseplan der Testkantine. Jedes Testgericht wurde innerhalb der gesamten Testphase einmal angeboten, einzig Currywurst wurde insgesamt dreimal angeboten (einmal je zweiwöchigem Aktionszeitraum). Die Aktionstage lagen außerhalb der Schulferien der Stadt Hamburg. Der erste Aktionszeitraum lag in einer Pandemiephase, in der externe Kantinengäste nicht für das Betriebsrestaurant zugelassen waren. Im zweiten und dritten Aktionszeitraum war die Kantine wieder für externe Besucher\*innen geöffnet.

Das Angebot der Testgerichte wurde durch mehrere Maßnahmen begleitet. Zum einen wurden Handzettel angefertigt, die einige wesentliche Merkmale der Öko-Tierhaltung gemäß EU-Öko-Verordnung, einen Hinweis auf das Projekt sowie einen Verweis auf weitere Informationen auf dem Internetportal oekolandbau.de enthielt (vgl. Anhang 6). Die Handzettel wurden auf den Tischen ausgelegt und darüber hinaus am 04.05.2022 am Eingang zur Essensausgabe von einer studentischen Hilfskraft an die Gäste verteilt. Des Weiteren wurde ein Thekenaufsteller entwickelt, auf dem ebenfalls Merkmale der Öko-Tierhaltung genannt waren und auf dem zusätzlich der Öko-Fleischlieferant ausgelobt werden konnte (vgl. Anhang 7). Die Fleischerei, von der die Kantine das Öko-Fleisch bezog, stellte darüber hinaus einen eigenen Thekenaufsteller zur Verfügung, auf dem die beliefernden Öko-Fleischerzeuger genannt wurden. Laut Aussage der Kantinenverantwortlichen wurde die Aktion darüber hinaus im Intranet des Unternehmens angekündigt. Einige Gerichte wurden zudem mit einem Preisaufschlag in Höhe von 1 € versehen. Tabelle 13 gibt einen Überblick über die Aktionstage, die Aktionsgerichte sowie die durchgeführten Maßnahmen.

Um den Erfolg der Öko-Aktionsgerichte zu beurteilen, wurde die Anzahl der verkauften Test- und Alternativgerichte am jeweiligen Angebotstag herangezogen. Als Referenz stellte die Kantine, sofern verfügbar, Daten aus einem Zeitraum vor dem Aktionszeitraum sowie Daten aus dem Zeitraum vor Beginn der Covid19-Pandemie zur Verfügung. Die zusammengetragenen Daten wurden deskriptiv ausgewertet.

**Tabelle 12: Aktionstage, -gerichte und Maßnahmen in der Testkantine Hamburg**

Zeitraum	Datum	Wochentag	Aktionsgericht	Kommunikation	Preisauflage*	externe Gäste
1	03.05.2022	Dienstag	<i>Bio-Currywurst</i> , dazu Pommes frites	X		nein
1	04.05.2022	Mittwoch	<i>Bio-Rinderbraten</i> an Rotweinjus, dazu Wachsbrechbohnen und Krokette	X+	X	nein
1	10.05.2022	Dienstag	<i>Bio-Kasslernacke</i> , dazu Ananaskraut und Kartoffelgratin	X	X	nein
1	11.05.2022	Mittwoch	<i>Hamburger mit Bio-Rindfleisch</i> , dazu Jalapeno-Relish, Bernsteinkäse und Jumbofrites	X	X	nein
2	07.06.2022	Dienstag	<i>Bio-Currywurst</i> , dazu Pommes frites	X		ja
2	08.06.2022	Mittwoch	Asia Soup Laksa Chili mit Mienudeln und Wokgemüse, dazu <i>Bio-Putenbruststreifen</i>	X		ja
2	14.06.2022	Dienstag	<i>Bio-Hähnchenkeule</i> auf Ratatouille, dazu Kartoffelspiralen	X		ja
2	15.06.2022	Mittwoch	<i>Bio-Rindergeschnetzeltes</i> „Kyoto“ mit Wokgemüse und Duftreis	X		ja
3	28.06.2022	Dienstag	<i>Bio-Schweinerückensteak</i> mit Kräuterbutter, dazu Kohlgemüse und Kartoffelkrokette	X	X	ja
3	29.06.2022	Mittwoch	<i>Bio-Putenrollbraten</i> , dazu Marktgemüse und Salzkartoffeln	X	X	ja
3	05.07.2022	Dienstag	<i>Bio-Currywurst</i> , dazu Pommes frites	X		ja
3	06.07.2022	Mittwoch	<i>Bio-Tafelspitz</i> an Meerrettichsauce, dazu Bouillonkartoffeln	X	X	ja

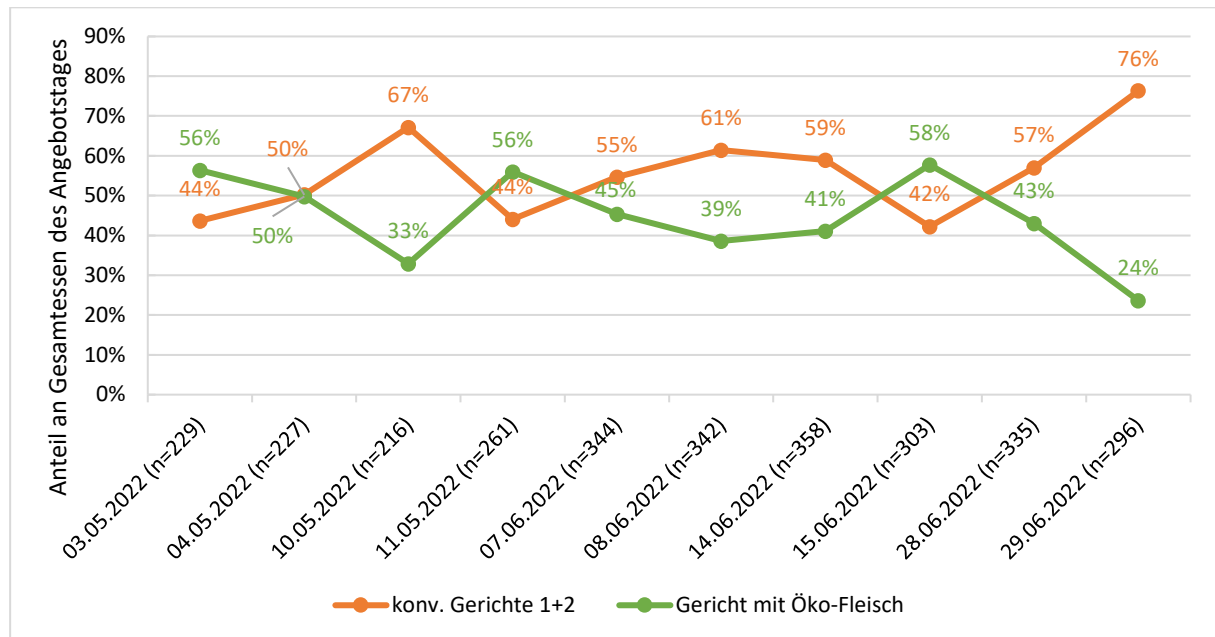
\* Öko-Preisauflage 1 €; X: Maßnahme durchgeführt; X+: Maßnahme durchgeführt und Verteilung der Handzettel am Eingang zur Essensausgabe

### 5.2.3 Ergebnisse

Im Zeitraum 2019/Anfang 2020, also vor Beginn der Covid19-Pandemie, wurden im Durchschnitt über die vorliegenden Referenzdaten 514 Essen ausgegeben, wobei die Anzahl zwischen 362 Essen im Minimum und 643 Essen im Maximum variierte. Während der Pandemie wurde mit durchschnittlich 150 Essen nur noch etwa ein Drittel der vormals ausgegebenen Essen verkauft (Spannweite von 91 bis 210 Essen). Während des Angebotszeitraums der Testgerichte, in dem die Pandemiebeschränkungen zurückgefahren wurden, wurden mit durchschnittlich 302 Essen (Spannweite von 216 bis 387 Essen) wieder deutlich mehr Essen als während Covid19 ausgegeben. Im Durchschnitt waren dies jedoch immer noch deutlich weniger Essen als vor Covid19.

Während die Kantine vor Beginn der Covid19-Pandemie in der Regel vier Essen parallel im Angebot hatte, sank dieser Wert während der Pandemie auf zwei bis drei gleichzeitig offerierte Gerichte. An 10 der 12 Öko-Aktionstage wurden drei Gerichte parallel angeboten. Abbildung 19 zeigt für diese Tage den prozentualen Anteil des Gerichts mit Öko-Fleisch an den ausgegebenen Gesamtessen. Zu erkennen ist, dass die Öko-Aktionsgerichte am 03.05. (Bio-

Currywurst), 11.05. (Hamburger mit Bio-Rindfleisch) und 15.06. (Bio-Rindergeschnetzeltes) jeweils mehr als die Hälfte der ausgegebenen Essen ausmachten. Die beiden konventionellen Gerichte zusammengenommen wurden folglich seltener verkauft als das Gericht mit Öko-Fleisch. Unter der Annahme, dass bestimmte Essen nicht per se häufiger oder weniger häufig nachgefragt werden, wird jedes der drei Gerichte mit einer Wahrscheinlichkeit von 33 % ausgewählt. Mit Ausnahme der Gerichte am 10.05. (Bio-Kasslernacken) und 29.06. (Bio-Putenrollbraten) lagen alle Anteile der Essen mit Öko-Fleisch über dieser erwarteten Wahlwahrscheinlichkeit.



n = Anzahl der am jeweiligen Angebotstag insgesamt ausgegebenen Essen

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 19: Prozentuale Anteile des Gerichts mit Öko-Fleisch an den ausgegebenen Gesamtessen an Tagen mit drei parallel angebotenen Gerichten**

Um zu beurteilen, wie die Gerichte mit Öko-Fleisch im Vergleich zu einem Angebot dieser Gerichte ohne Öko-Fleisch abgeschnitten haben, kann die Anzahl der ausgegebenen Testessen im Öko-Aktionszeitraum mit der Anzahl dieser Essen in einem Referenzzeitraum verglichen werden. Aufgrund des Einbruchs der Essenszahlen während der Covid19-Pandemie stellte die Kantine, sofern verfügbar, Referenzdaten aus zwei Zeiträumen zur Verfügung: (a) Daten aus einer Phase vor dem Verkaufstest und während der Pandemie sowie (b) Daten aus dem Zeitraum 2019/Anfang 2020, also vor Pandemiebeginn. Da die Anzahl der parallel angebotenen Gerichte, wie oben erwähnt, zwischen den einzelnen Messzeitpunkten variieren konnte, können die prozentualen Anteile der Testessen an den ausgegebenen Gesamtessen nur eingeschränkt zwischen den einzelnen Zeiträumen verglichen werden. Aus diesem Grund wurde die prozentuale Abweichung vom Erwartungswert als Vergleichsgröße herangezogen. Hierzu wurde zunächst die Abverkaufsmenge berechnet, die sich ergeben würde, wenn das Testgericht am jeweiligen Angebotstag exakt so häufig verkauft werden würde, wie es aufgrund der Anzahl der parallel angebotenen Essen zu erwarten wäre (Beispiel: bei 600 ausgegebenen Essen und drei gleichzeitig angebotenen Gerichten beträgt die erwartete

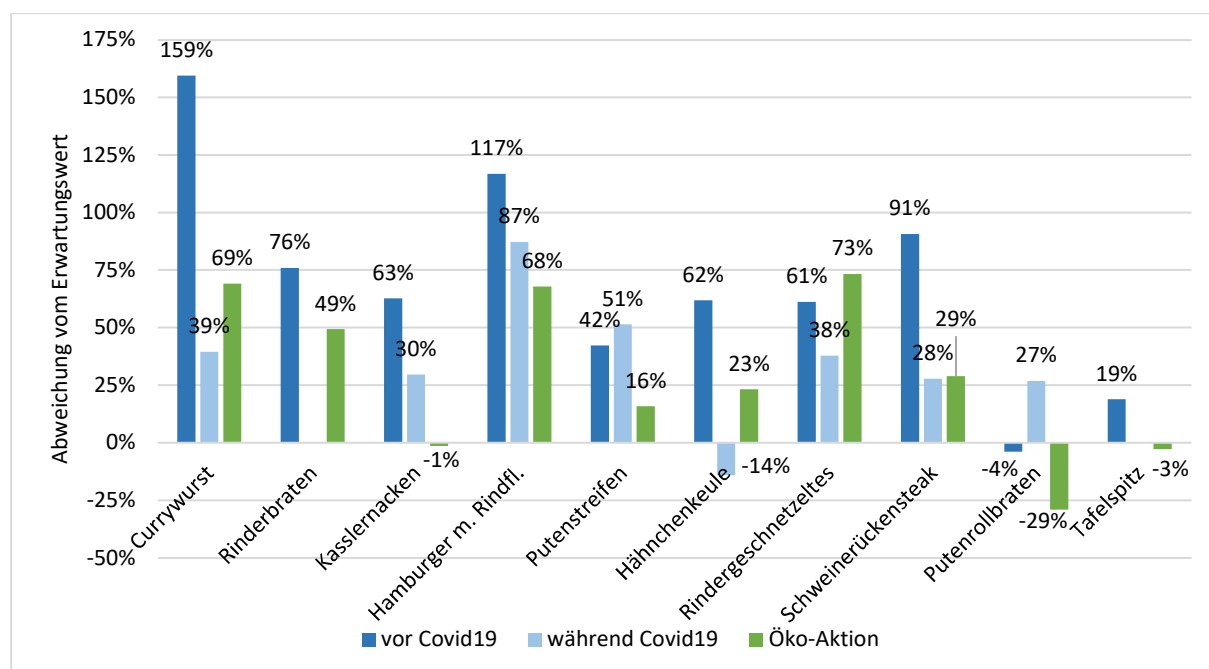


Abverkaufsmenge für jedes Gericht  $1/3 \times 600$  Essen = 200 Essen). Anschließend wurde die Differenz zwischen der tatsächlich ausgegebenen Anzahl an Testgerichten und der erwarteten Anzahl an Testgerichten ermittelt (Beispiel: 300 tatsächlich ausgegebene Testessen - 200 erwartete Testessen = 100 Essen). Die prozentuale Abweichung vom Erwartungswert errechnete sich, indem der Differenzwert durch den Erwartungswert geteilt und mit 100 % multipliziert wurde (im Beispiel  $100 \text{ Essen} / 200 \text{ Essen} \times 100 \% = 50 \%$ ).

Abbildung 20 zeigt die prozentualen Abweichungen vom Erwartungswert für die einzelnen Testgerichte. Bei Betrachtung der Werte „vor Covid19“ und „während Covid19“ ist zu erkennen, dass mit Ausnahme der Hähnchenkeule und des Putenrollbratens alle Werte über dem Abverkauf lagen, der statistisch erwartet werden konnte. Die Gerichte wurden folglich von den Gästen gut bis sehr gut angenommen. Die Abweichungen waren v.a. bei der Currywurst und beim Hamburger tendenziell noch größer als bei den anderen Gerichten. Diese beiden Gerichte wurden demnach besonders gerne gewählt.

Bei dem in Abbildung 20 dargestellten Wert für den Zeitraum „vor Covid19“ handelte es sich um Mittelwerte aus zwei (Putenstreifen) bzw. drei (übrige Gerichte) Referenzwerten je Testgericht. Bei Currywurst handelte es sich beim Wert „während Covid19“ um den Mittelwert aus zwei Referenzwerten. Bei Betrachtung der Einzelwerte (vgl. Anhang 8) fällt auf, dass die Abweichung vom Erwartungswert bei fast allen Testgerichten stark schwankte. Dies zeigte sich auch für die Currywurst-Abverkäufe innerhalb des Öko-Aktionszeitraums. Der Menüabsatz unterlag folglich starken nicht kontrollierten Einflüssen.

Für den Öko-Aktionszeitraum lag für jedes Testgericht ein Messwert und für Currywurst lagen drei Messwerte vor. Die Abweichungen im Öko-Aktionszeitraum waren bei 7 der 10 Testgerichte positiv, d.h. alle Öko-Aktionsgerichte wurden häufiger gewählt, als es statistisch zu erwarten wäre. Ausnahmen sind der Putenrollbraten, der Tafelspitz und der Kasslernackeln. Beim Rindergeschnetzelt „Kyoto“ lag die Abweichung vom Erwartungswert am Öko-Aktionstag über der mittleren Abweichung vom Erwartungswert an den Referenztagen vor Covid19. Bei allen anderen Testgerichten lag sie darunter. Bei Rinderbraten und Rindergeschnetzelt lag die Abweichung vom Erwartungswert am Öko-Aktionstag jedoch über der Abweichung vom Erwartungswert an einzelnen Referenztagen vor Covid19 (vgl. Anhang 8). Bei Currywurst, Schweinerückensteak, Rindergeschnetzelt und Hähnchenkeule lag die Abweichung vom Erwartungswert am Öko-Aktionstag über der Abweichung vom Erwartungswert an einzelnen Referenztagen während Covid19.



Fehlende Balken zeigen das Nicht-Vorhandensein der Gerichte während Covid19 an.

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 20: Abweichung der tatsächlich ausgegebenen Anzahl an Gerichten von der statistisch erwartbaren Anzahl an Gerichten in den Angebotszeiträumen „vor Covid19“, „während Covid19“ und „Öko-Aktion“**

## 5.2.4 Diskussion und Schlussfolgerungen

Der Verkaufstest konnte aufzeigen, dass der Einsatz von Öko-Fleisch für die Testkantine praktisch umsetzbar war. Die Gerichte mit Öko-Fleisch wurden von den Gästen, gemessen am statistisch erwartbaren Absatz, bis auf wenige Ausnahmen stark nachgefragt. Die Ergebnisse der Aktionsphase können Kantinenverantwortliche daher ermutigen, Öko-Fleisch zumindest testweise einzusetzen und dafür auch einen moderaten Aufpreis zu verlangen.

Einschränkend muss erwähnt werden, dass im Vergleich zum Referenzzeitraum vor Covid19 mit Ausnahme des Rindergeschnetzelten kein positiver Effekt des Öko-Fleischeinsatzes und der begleitenden Kommunikationsmaßnahmen (Handzettel, Thekenaufsteller) auf die Abverkäufe festgestellt werden konnte. Eine mögliche Ursache ist die limitierte Datengrundlage der Studie infolge der Covid19-Pandemie. So musste der Verkaufstest aufgrund der stark reduzierten und wechselnden Gästezahlen sowie aufgrund der fehlenden Planbarkeit mehrfach verschoben und das Konzept für den Verkaufstest musste mehrfach angepasst werden. Zur Erhöhung der Aussagefähigkeit der Ergebnisse wären zusätzliche Datenpunkte für die Testgerichte, sowohl mit einer konventionellen als auch mit einer Öko-Fleischkomponente, erforderlich. Die Abverkaufsmengen der Testgerichte sollten zudem über einen längeren Zeitraum (mehrere Monate) erhoben werden. Dabei sollte auch untersucht werden, wie die festgestellten Schwankungen im Menüabsatz erklärt werden können, beispielsweise durch das Wetter, die Jahreszeit oder die parallel angebotenen Alternativgerichte (Ohlhausen et al. 2018, S. 104f). Wie bei Ohlhausen et al. (2018, S. 104) bestand auch beim vorliegenden Verkaufstest das Problem, dass nicht alle Gerichte im Kassensystem der Kantine unterschieden

werden konnten. Die Abverkaufszahlen wurden dann vom Küchenleiter auf Basis von Produktionswerten und Verbuchungsdaten hochgerechnet. Des Weiteren liegt zwischen den Referenzdaten aus der Vor-Covid19-Phase und der Durchführung des Verkaufstests ein relativ langer Zeitraum von rund drei Jahren. So könnte der Befund, dass die Abweichung vom Erwartungswert am Öko-Aktionstag bei fast allen Testgerichten unterhalb der mittleren Abweichung vom Erwartungswert an den Referenztagen vor Covid19 lag, z.B. auf die allgemeine Verringerung des Fleischkonsums (vgl. BLE 2022) zurückzuführen sein. Hierfür spricht auch eine Aussage des Küchenleiters, der darauf hinwies, dass er und sein Küchenteam eine Zunahme der Abverkäufe von vegetarischen/veganen Gerichten bemerkten.

### **5.3 Gästebefragung in der Testkantine Hamburg**

#### **5.3.1 Ziel und Fragestellungen**

Mit der Gästebefragung in der Testkantine Hamburg (DZ HYP) wurden mehrere Ziele verfolgt. Zum einen sollte ein Feedback der Gäste zur Öko-Fleisch-Aktion eingeholt werden. Zum anderen sollte in Erfahrung gebracht werden, inwieweit die Gäste daran interessiert waren, das Öko-Angebot weiterzuführen und auf andere Komponenten zu erweitern. Die Befragung richtete sich daher sowohl an Fleischesser\*innen als auch an Nicht-Fleischesser\*innen. Zudem sollte der Fragebogen die Themen „Vertrauen in Öko-Lebensmittel“ und „Einstellungen zur Tierhaltung“ abdecken.

#### **5.3.2 Material und Methoden**

Um sowohl interne als auch externe Gäste einzuschließen und um eine möglichst hohe Teilnahmequote zu erreichen, wurde die Befragung vor Ort in der Kantine durchgeführt. Die Erhebung fand am 14.06.2022 statt. Dieser Tag lag in einer pandemischen Phase, in der externe Gäste wieder für die Kantine zugelassen waren. Zudem handelte es sich um einen Tag, an dem die Kantine ein Öko-Fleischgericht im Angebot hatte (Öko-Aktionstag). Am Erhebungstag postierten sich zwei Personen aus dem Projektteam am Eingang zur Essensausgabe und gaben jeder betretenden Person einen Papierfragebogen in die Hand. Die Annahme des Fragebogens wurde nur von wenigen Personen verweigert. Die Fragebögen wurden während der Restaurantöffnungszeit zwischen 11:30 bis 13:30 Uhr ausgegeben und konnten nach dem Ausfüllen in eine der Rückgabeböden an den Ausgängen eingeworfen werden (zum Vorgehen vgl. Hermanowski et al. 1997, S. 117ff). Insgesamt wurden auf diese Weise 342 Fragebögen ausgegeben, von denen 284 ausgefüllte Bögen zurückerhalten wurden, was einer Rücklaufquote von 83 % entsprach.

#### **5.3.3 Ergebnisse**

55,6 % der Befragten waren Mitarbeiter\*innen der DZ HYP, 44,4 % waren dies nicht. Jeweils rund 60 % der internen wie auch der externen Gäste waren Männer (vgl. Tabelle 13).

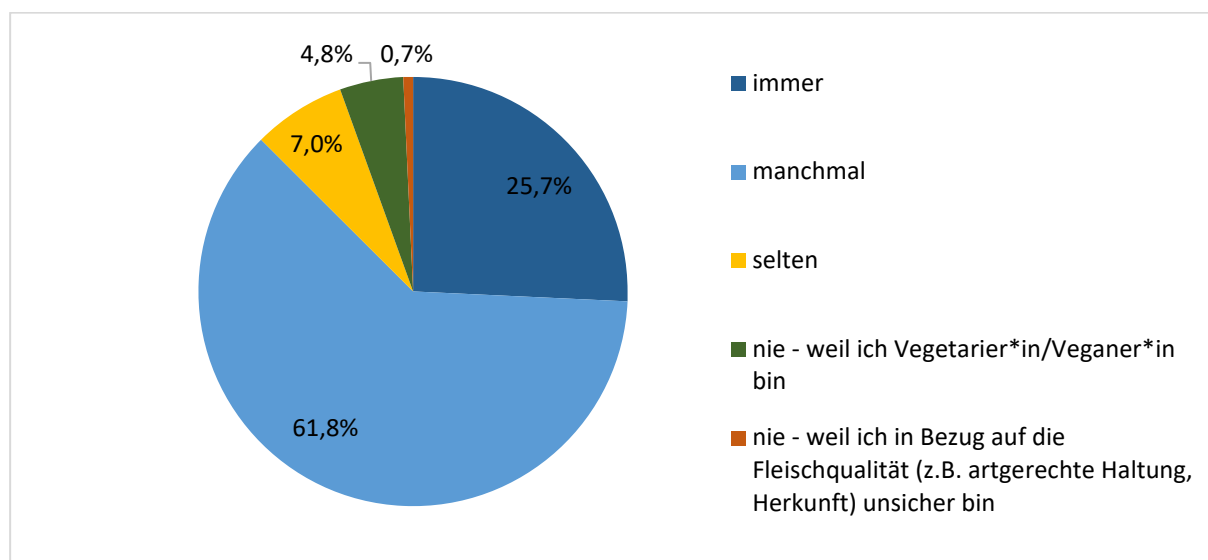
**Tabelle 13: Zusammensetzung der befragten Gäste**

	männlich	weiblich	Gesamt
Mitarbeiter*in der DZ HYP	93 (59,6 %)	63 (40,4 %)	156 (100,0 %)
kein*e Mitarbeiter*in der DZ HYP	78 (61,9 %)	48 (38,1 %)	126 (100,0 %)
Gesamt	171 (60,6 %)	111 (39,4 %)	282 (100,0 %)

Quelle: Eigene Erhebung

Mehr als 90 % der Befragten (n = 283) gaben an, das Betriebsrestaurant häufig zu nutzen. 53 % der befragten Gäste aßen dort drei- bis viermal pro Woche zu Mittag, 25 % ein- bis zweimal pro Woche und 14 % sogar fünfmal pro Woche. Nur 8 % nutzten die Kantine ein- bis dreimal pro Monat oder seltener.

Mehr 60 % der befragten Gäste wählten im DZ HYP-Betriebsrestaurant nach eigener Angabe manchmal ein Fleischgericht (vgl. Abbildung 21). Ein Viertel der befragten Gäste wählte dieses sogar immer. 4,8 % stufen sich als Vegetarier\*in oder Veganer\*in ein.



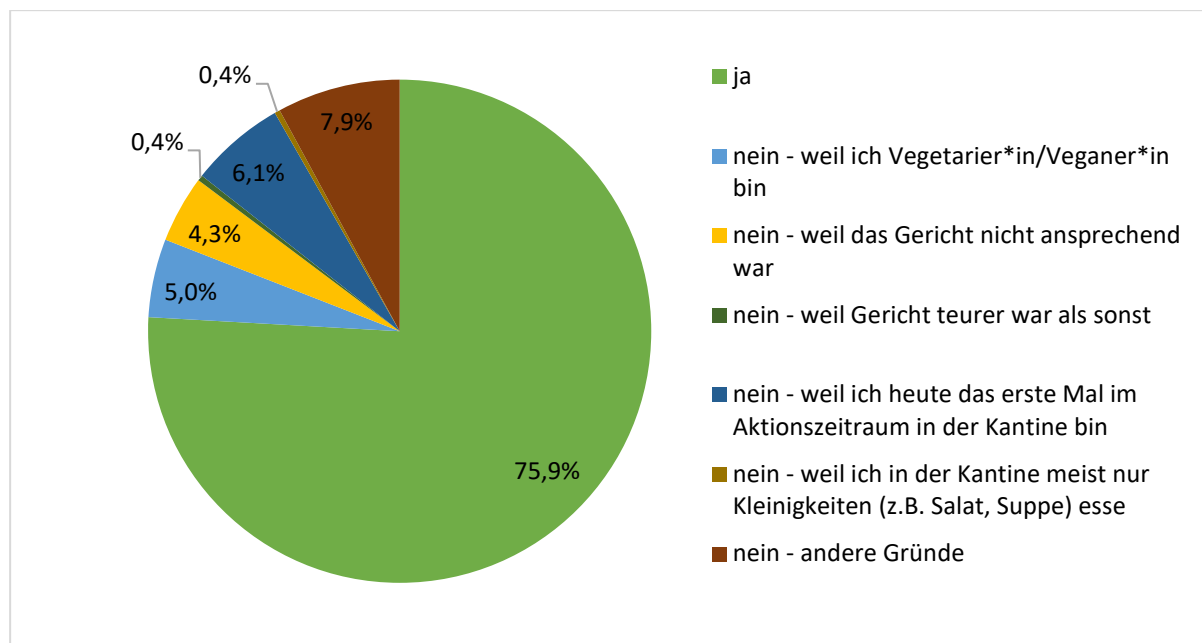
n=272; Frage: *Wie häufig wählen Sie im DZ HYP-Betriebsrestaurant ein Fleischgericht?* Auf die Antwortoption „nie – andere Gründe“ entfielen keine Nennungen.

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 21: Wahlhäufigkeit eines Fleischgerichts im DZ HYP-Betriebsrestaurant**

Die Mehrheit von 85,5 % (n = 283) der befragten Gäste bejahte, das Menüangebot mit Öko-Fleisch im Betriebsrestaurant bemerkt zu haben. Unter den Befragten, die angaben, die Aktion nicht bemerkt zu haben (n = 41), befanden sich nur fünf Mitarbeiter\*innen der DZ HYP. Die übrigen Personen arbeiteten nicht bei der DZ HYP, was insofern plausibel ist, als dass diese erst seit wenigen Tagen wieder die Möglichkeit hatten, das Betriebsrestaurant zu besuchen.

Drei Viertel der Befragten gaben an, das Gericht mit Öko-Fleisch an wenigstens einem der Aktionstage gewählt zu haben (vgl. Abbildung 22). Die übrigen Personen, die das Gericht nicht wählten, begründeten dies am häufigsten mit nicht näher spezifizierten „anderen Gründen“, damit, dass sie das erste Mal im Aktionszeitraum in der Kantine seien oder damit, dass sie sich vegetarisch oder vegan ernährten.



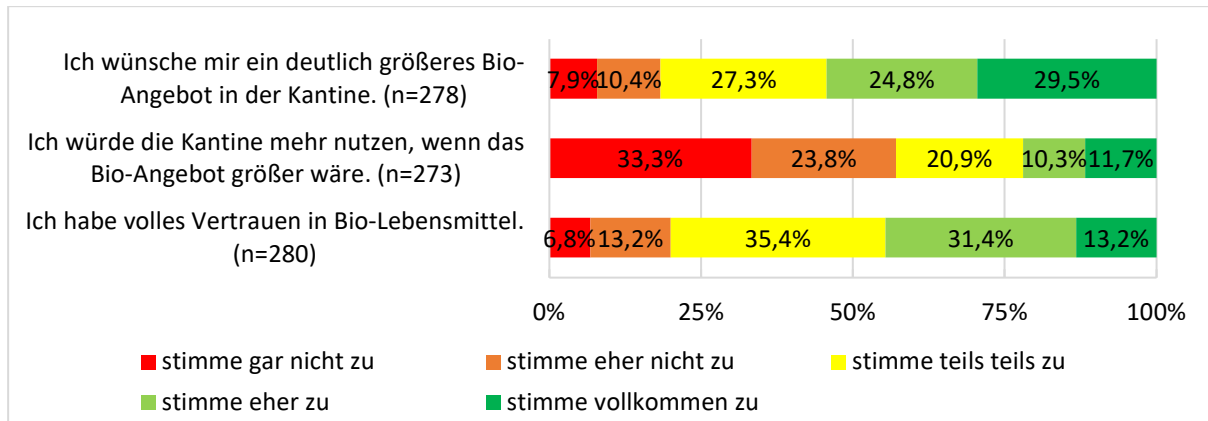
n=278; Frage: Haben Sie an wenigstens einem der Angebotstage das Menü mit Bio-Fleisch gewählt?

Quelle: Eigene Erhebung

#### Abbildung 22: Wahl des Gerichts mit Öko-Fleisch

Fast alle befragten Fleischesser\*innen (93,8 %, n = 257) begrüßten es, wenn das Angebot mit Öko-Fleisch auch über den Aktionszeitraum hinaus beibehalten werden würde. Ein Großteil der Befragten (84,3 %, n = 274) befürwortete es außerdem, wenn zukünftig auch andere Menükomponenten, z.B. Kartoffeln oder Gemüse, in Öko-Qualität angeboten werden würden.

Nur weniger als 20 % der befragten Gäste äußerten sich gegenüber einem größeren Öko-Angebot in der Kantine zurückhaltend. Etwas mehr als die Hälfte stimmte der Aussage „Ich wünsche mir ein deutlich größeres Bio-Angebot in der Kantine.“ vollkommen oder eher zu (vgl. Abbildung 23). Mehr als ein Viertel der Befragten wählte die Antwortoption „teils teils“. Eine Mehrheit von 57 % würde die Kantine jedoch (eher) nicht vermehrt nutzen, wenn das Öko-Angebot größer wäre. Immerhin 22 % der Befragten stimmten der Aussage „Ich würde die Kantine mehr nutzen, wenn das Bio-Angebot größer wäre.“ eher oder vollkommen zu. Insgesamt 45 % der befragten Gäste stimmten der Aussage „Ich habe volles Vertrauen in Bio-Lebensmittel.“ eher oder vollkommen zu. Ein großer Teil der Befragten wählte die Antwortoption „teils teils“. Ein Fünftel der Befragten stimmte der Aussage eher nicht oder gar nicht zu.

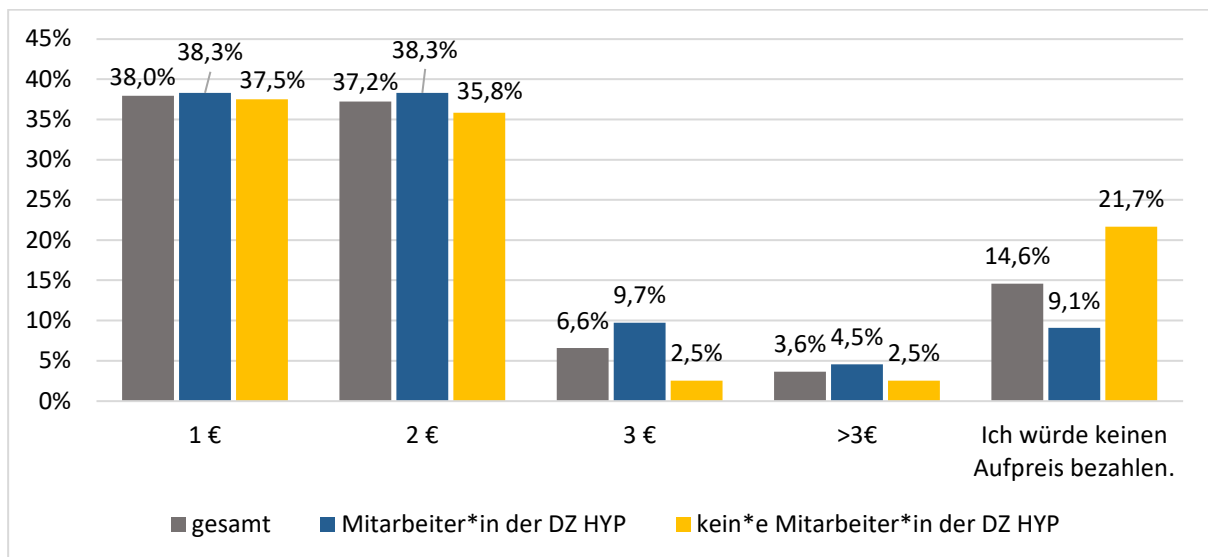


Frage: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 23: Einstellungen gegenüber Öko**

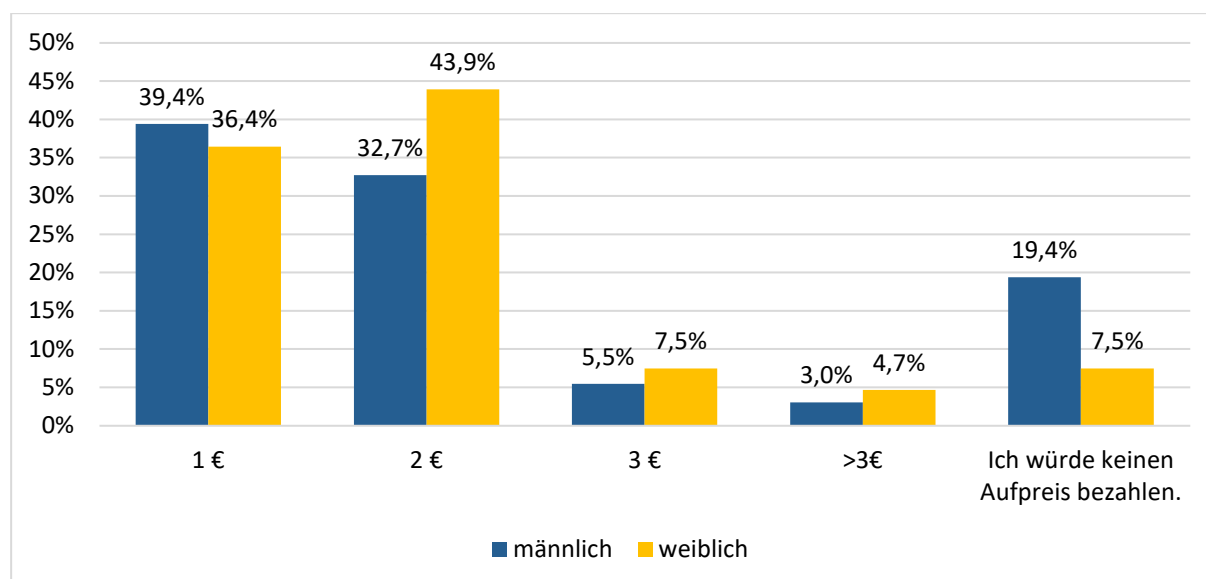
Die überwiegende Mehrheit (85,4 %) der Befragten war bereit, einen Aufpreis für ein Öko-Essen zu bezahlen (vgl. Abbildung 24). Drei Viertel der befragten Gäste würden entweder einen oder zwei Euro mehr bezahlen, wobei nahezu gleich viele Personen zu einem Aufpreis von einem bzw. von zwei Euro bereit waren. Einen Aufpreis von drei Euro oder mehr würde nur ein geringer Anteil der Befragten in Kauf nehmen. 14,6 % der Befragten gaben an, gar keinen Aufpreis bezahlen zu wollen. Personen, die nicht bei der DZ HYP arbeiteten, waren im Vergleich zu Mitarbeiter\*innen der DZ HYP häufiger nicht dazu bereit, einen Aufpreis für ein Öko-Essen zu bezahlen. Dies kann dadurch erklärt werden, dass externe Gäste einen deutlich höheren Menüpreis zahlten als Mitarbeiter\*innen der DZ HYP. Weibliche Befragte wählten seltener die Option „Ich würde keinen Aufpreis bezahlen.“ als Männer (vgl. Abbildung 25).



n<sub>gesamt</sub> =274, n<sub>Mitarbeiter\*in DZ HYP</sub> =154, n<sub>kein\*e Mitarbeiter\*in DZ HYP</sub>=120

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 24: Mehrzahlungsbereitschaft für ein Öko-Essen (Fleisch oder vegetarisch/vegan) nach Unternehmenszugehörigkeit**



$n_{\text{Männer}}=165$ ,  $n_{\text{Frauen}}=107$

Quelle: Eigene Erhebung

**Abbildung 25: Mehrzahlungsbereitschaft für ein Öko-Essen (Fleisch oder vegetarisch/vegan) nach Geschlechterzugehörigkeit**

### 5.3.4 Diskussion und Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse machen deutlich, dass sich die überwiegende Mehrheit der befragten Gäste auch in Zukunft ein Öko-Angebot in der Kantine wünscht und bereit ist, dafür einen moderaten Mehrpreis von etwa einem bis zwei Euro pro Essen zu bezahlen. Für die Testkantine Hamburg kann daher empfohlen werden, das Öko-Fleischangebot fortzuführen und um weitere Komponenten in Öko-Qualität (z.B. Kartoffeln, Gemüse) zu ergänzen. Die Ergebnisse legen auch nahe, dass ein Mehrpreis von 2 € pro Essen nicht überschritten werden sollte, da nur wenige Gäste zu einem höheren Aufschlag bereit waren. Dies gilt insbesondere für externe Gäste, die in der Regel bereits jetzt einen höheren Menüpreis bezahlen und in der Befragung folglich auch seltener eine Mehrpreisbereitschaft äußerten. Um zu überprüfen, inwieweit die Ergebnisse auch auf andere Betriebsrestaurants übertragen werden können, sollte die Befragung in weiteren Kantinen durchgeführt werden. So könnte z.B. untersucht werden, ob auch in der Kantine eines Produktionsbetriebs oder einer Stadtverwaltung eine entsprechende Mehrzahlungsbereitschaft für Gerichte mit Öko-Lebensmitteln besteht.

Als Limitierung der Erhebung ist zu nennen, dass Personen, die dem Thema Öko, dem Thema Fleisch oder Befragungen im Allgemeinen kritisch gegenüber eingestellt sind, sowie Personen, die wenig Zeit hatten, an der Befragung vermutlich seltener teilgenommen haben und in der Stichprobe folglich unterrepräsentiert sind. Im kurzen Moment der Ausgabe des Fragebogens konnte zudem nicht geprüft werden, ob eine Person wirklich zur Mittagessenausgabe geht oder sich z.B. nur etwas zu trinken holt. Folglich haben auch einige wenige Personen den Fragebogen erhalten, die nicht zur Zielgruppe „Mittagessennutzer\*in“ gehörten. Des Weiteren bestand aufgrund des Befragungsformats die Möglichkeit, dass die Gäste an den Tischen über

den Fragebogen diskutierten. Das individuelle Antwortverhalten könnte daher durch soziale Erwünschtheit und den Meinungs austausch mit Tischnachbar\*innen verzerrt sein.

#### **5.4 Befragung von Kantinenverantwortlichen**

Nach Abschluss der Verkaufstests wurde mit dem Betriebsleiter ein Interview vor Ort in Hamburg durchgeführt. Das Interview diente der Evaluierung der Verkaufstests und sollte Aufschluss darüber geben, wie sich diese aus Sicht des Betriebsleiters darstellten. Bewertet wurden die Planungsphasen und der Verlauf der Testphase, aber auch Herausforderungen und die Unterstützung durch die Projektleitung.

Zu den Informationsmaterialien des Projektteams hat der Betriebsleiter keine Rückmeldungen wahrgenommen. Die persönliche Ansprache der Gäste durch einen Studierenden bewertete der Betriebsleiter zwar positiv, jedoch wurde die persönliche Ansprache durch das Ausgabepersonal als förderlicher wahrgenommen.

Durch das Projekt konnte der Betriebsleiter neue Lieferbeziehungen aufbauen. Neben der Bio-Fleischerei Fricke auch zu einer Öko-Gärtnerei. Mit Überraschung wurde wahrgenommen, dass konventionelles Gemüse teilweise teuer war als das ökologische Vergleichsprodukt. Die Erfahrung setzte sich bei verschiedenen Fleischprodukten fort. Die eingesetzte Bio-Currywurst war ebenfalls günstiger als die konventionelle Bratwurst. Keinen Preisunterschied gab es beim Bio-Kasseler und der Bio-Schweinelachse. Der Preisanstieg beim Bio-Rindfleisch lag bei 20 %, jedoch seien es nach Angaben des Betriebsleiters in den zurückliegenden Jahren 80 % gewesen. Die Kosten für das Öko-Fleisch haben sich während des Projektzeitraums nicht erhöht.

Positiv bewertet wurde auch der Kontakt zur Bio-Fleischerei Fricke. Besonders der Verzicht einer Servicepauschale überraschte. Nur einmal wurde die Ware etwas verspätet angeliefert. Mit der Bio-Fleischerei Fricke wurde zwar ein zuverlässiger, guter Lieferpartner gefunden, doch muss nach Angaben des Betriebsleiters die Beschaffungssituation insgesamt besser werden. Es bedarf einer längeren Vorbereitungsphase. Seine These: Wahrscheinlich bremst die erschwerte Beschaffung die Marktentwicklung aus.

Befragt nach der Produktqualität äußerte sich der Betriebsleiter wie folgt:

- Rückmeldung zu den Produkten: „Eine extreme Qualitätsverbesserung – ein Traum“.
- Deutliche Veränderungen bei den Kochprozessen: „Das Putenfleisch wird nicht kleiner beim Braten.“
- „Die Resonanz beim Rind war auf Seiten der Gäste enorm“. Die Gäste honorieren sein Öko-Engagement nicht nur, sondern fordern, „dass wir nicht wieder auf das andere Fleisch zurückkehren“.

Neben der überzeugenden Produktqualität wurde die Zusammenarbeit mit der Öko-Kontrollstelle positiv bewertet. Auch wenn coronabedingt viele Absprachen nur online geklärt werden konnten, wurde das Prozedere als einfach machbar wahrgenommen.



Auch die Begleitung durch das Projektteam wurde als konstruktiv empfunden. Vor allem die Suche eines Öko-Fleisch-Lieferanten und die Unterstützung beim Erlangen des Öko-Zertifikates wurden positiv hervorgehoben.

Auch nach Abschluss der Aktionstage ist Öko-Fleisch weiter im Angebot. Das Angebot an Putenfleisch wurde zu 100 % umgestellt, Rindfleisch zu 80 %. Die Öko-Gerichte werden weiterhin ausgelobt, daher wird auch die Öko-Zertifizierung beibehalten.

## **6 Änderungen durch die neue Bio-AHV-Verordnung (Bio-AHVV)**

Im Herbst 2023 wird mit der Bio-AHV-Verordnung (Bio-AHVV) eine neue nationale Regelung zur Öko-Auslobung in der AHV in Kraft treten. Das staatliche Bio-Siegel darf dann nur noch zutatenbezogen verwendet werden, also auf der Zutatenübersicht oder auf einem Aufsteller, der besagt, dass „alle Zutaten in Öko-Qualität“ sind. Ohne direkten Bezug auf die Zutaten darf das staatliche Bio-Siegel nicht mehr verwendet werden, da der Schriftzug auf dem Bio-Siegel auf das EU-Öko-Recht verweist, welches für den Herstellungsprozess in der AHV nicht gilt (BLE 2023; BMEL 2023b).

Weitere Informationen zur neuen Bio-AHVV und dem neuen Bio-AHV-Kennzeichen können auf [www.bio-ahv.de](http://www.bio-ahv.de) abgerufen werden.

## **7 Nutzen und Verwertbarkeit der Ergebnisse**

Anhand der Projektergebnisse konnten Empfehlungen abgeleitet werden, wie ökologische Fleischgerichte erfolgreich in Betriebskantinen kommuniziert werden können. Dies stellt einen Ansatz bereit, mit dem das Vertrauen in die ökologische Produktion gestärkt und das Absatzpotential ökologischer Erzeugnisse in der Außer-Haus-Verpflegung weiter erschlossen werden kann. Auch liegen bisher nur wenige Erkenntnisse darüber vor, wie Informationen zur ökologischen Produktionsweise und zur Tierhaltung sowie ihr Zusammenspiel mit weiteren Faktoren das Wahlverhalten von Gästen in Betriebskantinen beeinflussen. Mit dem vorliegenden Projekt wurde ein Beitrag zur Schließung dieser Wissenslücke geleistet.

Mittels des Praxistests konnte gezeigt werden, dass der Einsatz von Öko-Fleisch in einer Testkantine praktisch umsetzbar war. Die Ergebnisse können Kantineverantwortliche ermutigen, Öko-Fleisch zumindest testweise einzusetzen und dafür auch einen moderaten Aufpreis zu verlangen. Praxisbetriebe, die die gewonnenen Erkenntnisse nutzen möchten, sollten die Rahmenbedingungen in ihrer Betriebskantine (z.B. Zusammensetzung der Gäste, Subventionierung durch das Unternehmen) berücksichtigen. Da es im Rahmen der Studie nicht möglich war, unterschiedliche Kantinenkontexte zu untersuchen, ist unklar, inwieweit die Ergebnisse zur Akzeptanz von und Mehrzahlungsbereitschaft für Gerichte mit Öko-Fleisch auch auf andere Kantinen, z.B. in einem Produktionsbetrieb oder in einer Stadtverwaltung, übertragen werden können.

## **8 Zielerreichung und weiterführende Fragestellungen**

Das Ziel des Vorhabens, den Entscheidungsprozess bei der Wahl von Öko-Fleischgerichten in der Betriebsverpflegung zu untersuchen und dabei besonders die Wirkung von Informationen zu den Produkteigenschaften Öko und Tierwohl zu testen, konnte erreicht werden. Zudem war es möglich, Empfehlungen abzuleiten, wie Informationen zur Öko-Tierhaltung aufbereitet und erfolgreich an Kantinegäste kommuniziert werden können.

Die Denke-Laute-Protokolle gaben Einblicke darin, wie Gäste aus der Betriebsgastronomie Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung im Zusammenhang mit einer Menüwahl beurteilten. Insgesamt konnten fünf verschiedene Beurteilungstypen identifiziert werden. Zu vermuten ist, dass sich die Anteile der verschiedenen Beurteilungstypen je nach Betriebskantine unterscheiden und folglich auch die Wirkung von bestimmten Kommunikationsmaßnahmen unterschiedlich ausfällt. Um zu untersuchen, inwieweit ein Zusammenhang zwischen Informationen zur Öko-Tierhaltung und ihrer Wirkung auf das Wahlverhalten der Gäste besteht, sollten weitere quantitative Studien durchgeführt werden.

Mittels des Choice-Experiments konnte die Präferenzstruktur der Gäste in Bezug auf unterschiedliche Merkmale von Mittagsgerichten in einem Kantinenkontext ermittelt werden. Die anschließende Gästebefragung gab u.a. Aufschluss darüber, welche Informationen zu Tierwohl-Fleisch sich Gäste in Betriebskantinen wünschen. Der Praxistest, bestehend aus einem Verkaufstest und aus einer Befragung der Gäste, konnte aufzeigen, dass der Einsatz von Öko-Fleisch für die Testkantine praktisch umsetzbar war und von den Gästen befürwortet wurde. Zukünftige Studien sollten verschiedene Betriebskantinenkontexte betrachten, z.B. Kantinen in Produktionsbetrieben und Kantinen in Kommunalverwaltungen, um herauszufinden, inwieweit möglicherweise Unterschiede zwischen diesen Kontexten bestehen.

## 9 Zusammenfassung

Artgerechte Tierhaltung stellt ein wichtiges Kriterium für den Kauf von Öko-Lebensmitteln dar. Jedoch besteht, z.B. in Folge von Tierschutzverstößen, Misstrauen gegenüber dem Tierhaltungssektor in Deutschland, und auch an der Öko-Tierhaltung gibt es Kritik. Ein möglicher Ansatz, Vertrauen aufzubauen, liegt darin, die Produktionsbedingungen transparent zu machen und Informationen darüber bereitzustellen. Obwohl der Sektor der Außer-Haus-Verpflegung ein bedeutender Absatzmarkt für Lebensmittel ist, werden dort bisher nur selten Informationen zu den Produktionsbedingungen zur Verfügung gestellt. Zudem ist der Öko-Anteil im Außer-Haus-Markt bisher sehr gering, weshalb dort ein großes Absatzpotenzial für Öko-Lebensmittel gesehen wird. Ziel des Vorhabens war es, am Beispiel Betriebsgastronomie den Entscheidungsprozess bei der Wahl von Öko-Fleischgerichten zu untersuchen und dabei insbesondere die Wirkung von Informationen zu den Produkteigenschaften Öko und Tierwohl zu testen. Hierzu wurden eine qualitative Studie mit der Methode Lautes Denken, eine quantitative Befragung von Kantinennutzer\*innen mit einem Choice-Experiment sowie ein Praxistest, bestehend aus einem Verkaufstest und einer Gästebefragung, durchgeführt. Basierend auf den Ergebnissen sollten Empfehlungen für die Kommunikation von Öko-Fleischgerichten in der Betriebsverpflegung abgeleitet werden.

In der qualitativen Studie wurden 24 Gästen aus zwei Betriebskantinen Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung vorgelegt und die Versuchspersonen wurden gebeten, ihre Gedanken, die ihnen zu diesen Informationen durch den Kopf gingen, laut auszusprechen. Es konnten fünf verschiedene Beurteilungstypen identifiziert werden. Für die Kommunikation von Öko-Fleischgerichten sind insbesondere die Öko-Überzeugten, die Öko-

Zugeneigten und die Öko-Abgeneigten von Bedeutung. Bei den Öko-Überzeugten geht es vor allem darum, sie auf das entsprechende Öko-Angebot hinzuweisen, z.B. mittels deutlich sichtbarer Öko-Auslobung in der Kantine. Die Öko-Zugeneigten waren der ökologischen Tierhaltung gegenüber zwar aufgeschlossen, hatten aber meist nur allgemeine Vorstellungen darüber. Um diese Gästegruppe von einem ökologischen Fleischangebot zu überzeugen, sollten zusätzliche transparenz- und vertrauensbildende Informationen bereitgestellt werden. Diese Informationen können auch für die Öko-Abgeneigten relevant sein, da sie eine artgerechte Tierhaltung grundsätzlich begrüßten und ihre Öko-Abneigung mit ihren geringen Öko-Kenntnissen zusammenhängen könnte. Die Öko-Desinteressierten und die Öko-Ablehnenden waren nur schwer mit Informationen zur ökologischen Tierhaltung zu erreichen.

Des Weiteren zeigte sich, dass das deutsche Bio-Siegel ein geeignetes Erkennungszeichen für Öko-Fleisch in der Kantine darstellte. Jedoch gab es auch Versuchspersonen, die das Siegel oder dessen Kriterien nicht kannten, weshalb es notwendig ist, Kantinengäste darüber aufzuklären. Die Haltungsinformationen wurden in Text-, Bild- und Zitatform vorgelegt. Positiv herausgestellt wurden u.a. die Haltung der Tiere auf natürlichen Materialien, die Gewährung von Auslauf im Freien sowie ausreichend Platz für die Tiere. Bei einigen der Angaben in Textform traten jedoch Verständnisprobleme auf. So sollten bei der Kommunikation an Kantinengäste u.a. landwirtschaftliche Fachbegriffe und detaillierte Zahlenangaben vermieden werden. Die beiden in der Studie getesteten Fotos von Öko-Mastschweinen und Öko-Masthähnchen im Auslauf wurden von mehreren Versuchspersonen positiv bewertet. Realistische Bilder können folglich geeignet sein, um Öko-Tierhaltung zu kommunizieren. Sie sollten jedoch nicht direkt im Zusammenhang mit der Menüwahl, also z.B. auf dem Speiseplan, gezeigt werden, da dies bei einigen Versuchspersonen Ablehnung hervorrief. Die gezeigten Zitate, in denen ein Landwirt und ein Küchenchef über die Tierhaltung informierten, wurden sowohl positiv als auch negativ bewertet. Sie erscheinen insbesondere dann als geeignet, wenn der\*die Kommunikator\*in authentisch, nahbar und den Empfänger\*innen vertraut ist. Textinformationen kommen v.a. für begleitende Kommunikationsmaßnahmen, wie das Intranet oder Faltblätter, in Betracht, während auf dem Speiseplan oder an der Ausgabe einfach zu verarbeitende Hinweise, wie eine Farbkennzeichnung, zu bevorzugen sind.

Das Choice-Experiment sollte Aufschluss über die Präferenzstruktur geben, die Kantinengäste in Bezug auf eine Öko-, eine Tierschutz- und eine Regional-Kennzeichnung, den Preis sowie die Auslobung „Top-Bewertung durch unsere Gäste“ bei Mittagsgerichten in einem Kantinenkontext haben. Den mit Abstand größten Einfluss auf die Menüentscheidung hatte das Gericht selbst, gefolgt vom Preis. Die übrigen Attribute waren im Verhältnis von deutlich geringerer Bedeutung. Das Bio-Siegel, das Tierschutz-Label und das Regional-Label erhöhten bei den angebotenen Fleischgerichten dennoch signifikant die Wahlwahrscheinlichkeit für ein Gericht. Für die Auslobung „Top-Bewertung durch unsere Gäste“ zeigte sich nur für einen der beiden Speisepläne ein signifikant positiver Einfluss auf die Menüwahl. Im Anschluss an das Choice-Experiment wurden die Kantinennutzer\*innen zu ihren Wünschen nach Informationen zu Tierwohl-Fleisch in der Betriebskantine befragt. Ein großer Anteil der Befragten gab an, dass er sich Informationen zu Tierwohl-Fleisch in Form eines Labels und/oder in Form von Hintergrundinformationen wünschen würde. Anhand der Ergebnisse kann geschlussfolgert werden,

dass eine Öko-Fleischqualität bei der Menüwahl besonders relevant ist, wenn sie mit einem attraktiven Speisenangebot verknüpft wird. Dennoch ist es notwendig, die Vorteile von Öko-Fleisch an Kantinengäste zu kommunizieren, um Vertrauen in die eingesetzten Öko-Lebensmittel und Akzeptanz für die Mehrkosten herzustellen.

Im Praxistest in einer Betriebskantine einer Bank wurden die Akzeptanz von Gerichten mit Öko-Fleisch sowie Herausforderungen bei deren Einsatz ermittelt. Der Verkaufstest machte deutlich, dass der Einsatz von Öko-Fleisch für die Testkantine praktisch umsetzbar war und dass die Gerichte mit Öko-Fleisch von den Gästen bis auf wenige Ausnahmen stark nachgefragt wurden. In der Gästebefragung stellte sich heraus, dass sich die überwiegende Mehrheit der Befragten auch in Zukunft ein Öko-Angebot in der Kantine wünschte und bereit war, dafür einen moderaten Mehrpreis von einem bis zwei Euro pro Essen zu bezahlen. Die Ergebnisse der Aktionsphase sollten Kantineverantwortliche daher ermutigen, Öko-Fleisch zumindest testweise einzusetzen und dafür auch einen moderaten Aufpreis zu verlangen.

## 10 Literaturverzeichnis

Backhaus, K., Erichson, B. & Weiber, R. (2015): Fortgeschrittene multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 3. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-46087-0>

Balderjahn, I., Hedergott, D., Appenfeller, D. & Peyer, M. (2021): Choice-Based Conjointanalyse. In: Baier, D. & Bruschi, M. (Hg.): Conjointanalyse. Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele. 2. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler, S. 185–203. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-63364-9\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-662-63364-9_8)

Bayer, E., Meyer-Höfer, M. von & Kühl, S. (2023): Hotspot analysis for organic laying hen husbandry—identification of sustainability problems as potential risk points to lose consumers' trust. *Organic Agriculture* 13 (2), S. 261–292. <https://doi.org/10.1007/s13165-023-00426-5>

Ben-Akiva, M. & Boccara, B. (1995): Discrete choice models with latent choice sets. *International Journal of Research in Marketing* 12 (1), S. 9–24. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(95\)00002-J](https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00002-J)

BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) (2021a): Beliebtstes Sechseck: Infostelle Bio-Siegel hilft bei Fragen zur Nutzung. 17.02.2021. Online verfügbar unter [https://www.ble.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/210217\\_Sechseck.html;jsessionid=169CBAE08C3003A1E0066C6C97807C22.2\\_cid325](https://www.ble.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/210217_Sechseck.html;jsessionid=169CBAE08C3003A1E0066C6C97807C22.2_cid325), zuletzt geprüft am 19.02.2021.

BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) (2021b): Bio-Siegel zur Kennzeichnung in der AHV. 09.02.2021. Online verfügbar unter <https://oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/bio-zertifizierung/rechtliche-grundlagen/bio-siegel-zur-kennzeichnung-in-der-ahv/>, zuletzt geprüft am 15.10.2021.

BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) (2022): Versorgungsbilanz Fleisch 2021: Pro-Kopf-Verzehr sinkt auf 55 Kilogramm. 30.03.2022. Online verfügbar unter [https://www.ble.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2022/220330\\_Versorgungsbilanz-Fleisch.html](https://www.ble.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2022/220330_Versorgungsbilanz-Fleisch.html), zuletzt geprüft am 16.04.2023.

BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) (2023): Fragen und Antworten zur Bio-AHV. 15.08.2023. Online verfügbar unter <https://www.oekolandbau.de/faq-bio-ahvv/>, zuletzt geprüft am 31.08.2023.

BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) (Hg.) (2019): Zukunftsstrategie Ökologischer Landbau. Impulse für mehr Nachhaltigkeit in Deutschland. 2. Aufl. Online verfügbar unter [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/ZukunftsstrategieOekologischerLandbau2019.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=4](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/ZukunftsstrategieOekologischerLandbau2019.pdf?__blob=publicationFile&v=4), zuletzt geprüft am 30.06.2021.

BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) (2020): Anwendung der EU-Öko-Verordnung wird verschoben. 19.10.2020. Online verfügbar unter <https://www.bmel.de/SharedDocs/Meldungen/DE/Presse/2020/201019-eu-oeko-verordnung.html>, zuletzt geprüft am 17.10.2021.

BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) (Hg.) (2023a): Öko-Barometer 2022. Umfrage zum Konsum von Bio-Lebensmitteln. Online verfügbar unter [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/oeko-barometer-2022.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=7](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/oeko-barometer-2022.pdf?__blob=publicationFile&v=7), zuletzt geprüft am 18.02.2023.

BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) (2023b): Fragen und Antworten zu Bio in Restaurants, Kantinen und Mensen. 15.08.2023. Online verfügbar unter <https://www.bmel.de/SharedDocs/FAQs/DE/faq-bio-ahv/FAQList.html>, zuletzt geprüft am 31.08.2023.

Bouwman, E.P., Bolderdijk, J.W., Onwezen, M.C. & Taufik, D. (2022): “Do you consider animal welfare to be important?” activating cognitive dissonance via value activation can promote

vegetarian choices. *Journal of Environmental Psychology* 83, Artikel 101871. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2022.101871>

Brennan, R.L. & Prediger, D.J. (1981): Coefficient Kappa: Some Uses, Misuses, and Alternatives. *Educational and Psychological Measurement* 41 (3), S. 687–699. <https://doi.org/10.1177/001316448104100307>

Bromme, R. (1996): Protokollanalyse (Protocol Analysis). In: Strube, G. (Hg.): Wörterbuch der Kognitionswissenschaft. Stuttgart: Klett-Cotta, S. 544.

Buber, R. (2009): Denke-Laut-Protokolle. In: Buber, R. & Holzmüller, H.H. (Hg.): Qualitative Marktforschung. Konzepte - Methoden - Analysen. 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 555–568. [https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9441-7\\_35](https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9441-7_35)

Büttner, O.B. (2009): Kognitive Prozesse am Point of Sale. Zur Qualität von Datenerhebungsmethoden der Konsumentenforschung. Zugl. Dissertation an der Universität Göttingen. Wiesbaden: Gabler Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9480-6>

ChoiceMetrics (2018): Ngene 1.2 User Manual & Reference Guide. Version: 30-Jan-18. Online verfügbar unter <https://choice-metrics.com/NgeneManual120.pdf>, zuletzt geprüft am 30.08.2023.

Christensen, T., Denver, S. & Bøye Olsen, S. (2019): Consumer Preferences for Organic Food and for the Shares of Meat and Vegetables in an Everyday Meal. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*. <https://doi.org/10.1080/08974438.2019.1599758>

Cisco (2019): Integritätsprüfung für Ihre Cisco Webex Meetings. 04.09.2019. Online verfügbar unter [https://help.webex.com/de-DE/article/ns63yvy/Integrit%C3%A4tspr%C3%BCfung-f%C3%BCr-Ihre-Cisco-Webex-Meetings-#id\\_109629](https://help.webex.com/de-DE/article/ns63yvy/Integrit%C3%A4tspr%C3%BCfung-f%C3%BCr-Ihre-Cisco-Webex-Meetings-#id_109629), zuletzt geprüft am 10.10.2021.

Coveney, J., Mamerow, L., Taylor, A., Henderson, J., Myer, S. & Ward, P. (2012): Comparative Examination of Trust during Times of a Food Scandal in Europe and Australia. *Food and Public Health* 2 (26), S. 202–212.

Dahm, M.J., Samonte, A.V. & Shows, A.R. (2009): Organic foods. Do eco-friendly attitudes predict eco-friendly behaviors? *Journal of American college health* 58 (3), S. 195–202. <https://doi.org/10.1080/07448480903295292>

Dambeck, H. (2014): Eier-Produzent Fürstenhof verliert Bio-Status. Eine Woche Vermarktungsverbot. *Spiegel Online*. 05.12.2014. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/fuerstenhof-eier-produzent-verliert-bio-status-a-1006847.html>, zuletzt geprüft am 10.08.2022.

Dasbach, M. (2021): Erfolgreiches Verpflegungsmanagement. Praxisorientierte Methoden für Einsteiger und Profis. 2. Aufl. Planegg: Neuer Merkur.

Destatis (Statistisches Bundesamt) (2020): Bevölkerung nach Bildungsabschluss in Deutschland. 25.11.2020. Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/Tabellen/bildungsabschluss.html?nn=209288>, zuletzt geprüft am 04.06.2023.

Destatis (Statistisches Bundesamt) (2022a): Bevölkerung: Bundesländer, Stichtag. Tabellen-Code: 12411-0010-DLAND. Online verfügbar unter <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=abrufabelleBearbeiten&levelindex=1&levelid=1685813977442&auswahloperation=abrufabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=12411-0010&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf#ab-readcrumb>, zuletzt geprüft am 03.06.2023.

Destatis (Statistisches Bundesamt) (2022b): Bevölkerung: Deutschland, Stichtag, Altersjahre. Tabellen-Code: 12411-0005. Online verfügbar unter <https://www->

genesis.destatis.de/genesis/online?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=1&levelid=1685813716625&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=12411-0005&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb, zuletzt geprüft am 03.06.2023.

Destatis (Statistisches Bundesamt) (2022c): Bevölkerung: Deutschland, Stichtag, Geschlecht. Tabellen-Code: 12411-0003. Online verfügbar unter <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=1&levelid=1685812868263&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=12411-0003&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb>, zuletzt geprüft am 03.06.2023.

Destatis (Statistisches Bundesamt) (2023): Hauptwohnsitzhaushalte, Haushaltsmitglieder: Deutschland, Jahre, Haushaltsnettoeinkommensklassen. 12211-0301. Online verfügbar unter <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=1&levelid=1685886823279&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=12211-0301&auswahltext=&wertauswahl=2711&wertauswahl=2712&wertauswahl=2713&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb>, zuletzt geprüft am 04.06.2023.

Deutscher Bundestag (2023): Regierung: Bio-Anteil in Außer-Haus-Verpflegung erhöhen. Ernährung und Landwirtschaft — Antwort — hib 499/2023. 28.06.2023. Online verfügbar unter <https://www.bundestag.de/presse/hib/kurzmeldungen-955782>, zuletzt geprüft am 04.07.2023.

Deutscher Tierschutzbund e.V. (2023): Tierschutzlabel „Für Mehr Tierschutz“. Online verfügbar unter <https://www.tierschutzlabel.info/>, zuletzt geprüft am 30.05.2023.

DiPietro, R.B., Cao, Y. & Partlow, C. (2013): Green practices in upscale foodservice operations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 25 (5), S. 779–796. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-May-2012-0082>

Dresing, T. & Pehl, T. (2018): Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende. 8. Aufl. Marburg: Eigenverlag.

Ericsson, K.A. & Simon, H.A. (1993): Protocol analysis. Verbal reports as data. 3. Aufl. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Farrow, K., Grolleau, G. & Ibanez, L. (2017): Social Norms and Pro-environmental Behavior: A Review of the Evidence. *Ecological Economics* 140, S. 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.04.017>

Filimonau, V., Matute, J., Durydiwka, M., Faracik, R., Mika, M. & Zajadacz, A. (2018): The determinants of more responsible restaurant food choice in Poland. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1456542>

forsa (forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH) (2022): Ernährungsreport 2022. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung. Online verfügbar unter [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/\\_Ernaehrung/forsa-ernaehrungsreport-2022-tabellen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/forsa-ernaehrungsreport-2022-tabellen.pdf?__blob=publicationFile&v=2), zuletzt geprüft am 07.06.2023.

forsa (forsa Politik- und Sozialforschung GmbH) (2020): Initiative Tierwohl - Nutztierhaltung in 2020. Ausgewählte Ergebnisse. Auftraggeber: Initiative Tierwohl. Online verfügbar unter <https://initiative-tierwohl.de/wp-content/uploads/2020/06/Ausgewaehlte-Ergebnisse-forsa-Juni-2020.pdf>, zuletzt geprüft am 31.07.2020.

forsa (forsa Politik- und Sozialforschung GmbH) (2021): Ernährungsreport 2021. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung. Berlin. Online verfügbar unter [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/\\_Ernaehrung/forsa-ernaehrungsreport-2021-tabellen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/forsa-ernaehrungsreport-2021-tabellen.pdf?__blob=publicationFile&v=2), zuletzt geprüft am 24.05.2021.



- Futtrup, R. & Grunert, K.G. (2023): Does organic labelling affect restaurant choice? A study on the Danish Organic Cuisine Label. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 23 (1), S. 29–50. <https://doi.org/10.1080/15022250.2023.2174180>
- García-Torres, S., López-Gajardo, A. & Mesías, F.J. (2016): Intensive vs. free-range organic beef. A preference study through consumer liking and conjoint analysis. *Meat science* 114, S. 114–120. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2015.12.019>
- Gesellschaft zur Förderung des Tierwohls in der Nutztierhaltung mbH (2022): Die Siegel in der Haltungsform. Online verfügbar unter <https://www.haltungsform.de/im-ueberblick/>, zuletzt geprüft am 25.05.2023.
- gvpraxis, foodservice & AHGZ (Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung) (2019): Der Ausser-Haus-Markt. Stand: September 2019. Poster.
- gvpraxis & Nestlé Deutschland (Hg.) (2023): So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa. Die Nestlé Studie 2023. Online verfügbar unter [https://www.nestle.de/sites/g/files/pydnoa391/files/2023-03/Download\\_Nestle-Studie\\_2023\\_0.pdf](https://www.nestle.de/sites/g/files/pydnoa391/files/2023-03/Download_Nestle-Studie_2023_0.pdf), zuletzt geprüft am 03.04.2023.
- Heid, A. & Hamm, U. (2013): Animal welfare versus food quality. Factors influencing organic consumers' preferences for alternatives to piglet castration without anaesthesia. *Meat science* 95 (2), S. 203–211. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2013.04.052>
- Helveston, J.P. (2023): logitr: Fast Estimation of Multinomial and Mixed Logit Models with Preference Space and Willingness-to-Pay Space Utility Parameterizations. *Journal of Statistical Software* 105 (10). <https://doi.org/10.18637/jss.v105.i10>
- Hensher, D.A., Rose, J.M. & Greene, W.H. (2015): Applied choice analysis. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hermanowski, R., Roehl, R., Schreiber, M., Zülow, B. & Fritz, M. (1997): Erfolgreicher Einsatz ökologischer Lebensmittel in Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie. Handbuchreihe Ökologische Qualität in der Praxis, Bd. 1. Stuttgart: Hugo Matthaes Druckerei und Verlag GmbH & Co. KG.
- Janssen, M. & Hamm, U. (2012): Product labelling in the market for organic food. Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos. *Food Quality and Preference* 25 (1), S. 9–22. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.12.004>
- Janssen, M., Rödiger, M. & Hamm, U. (2016): Labels for Animal Husbandry Systems Meet Consumer Preferences. Results from a Meta-analysis of Consumer Studies. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 29 (6), S. 1071–1100. <https://doi.org/10.1007/s10806-016-9647-2>
- Jeong, E. & Jang, S. (2018): Price premiums for organic menus at restaurants: What is an acceptable level? *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.020>
- Korn, A. & Hamm, U. (2014): Konzept zur Produktdifferenzierung am Rindfleischmarkt – Kommunikationsmöglichkeiten und Zahlungsbereitschaft für Rindfleisch aus extensiver, artgerechter Mutterkuhhaltung auf Grünland. Abschlussbericht. Universität Kassel, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing. Online verfügbar unter <https://www.orgprints.org/id/eprint/27867/1/27867-11NA029-uni-kassel-hamm-2014-zahlungsbereitschaft-rindfleisch.pdf>, zuletzt geprüft am 30.08.2023.
- Kriege-Steffen, A. (2015): Einfluss produktionsbezogener Kommunikation auf das Verbrauchervertrauen in (Bio-)Lebensmittel. Dissertation. Justus-Liebig-Universität Gießen. Online verfügbar unter [http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2016/11881/pdf/Kriege\\_Steffen-Astrid\\_2015\\_10\\_05.pdf](http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2016/11881/pdf/Kriege_Steffen-Astrid_2015_10_05.pdf), zuletzt geprüft am 30.08.2023.
- Kroeber-Riel, W. & Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten. 11. Aufl. München: Verlag Franz Vahlen GmbH. <https://doi.org/10.15358/9783800660346-I>

- Kuckartz, U. & Rädiker, S. (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 5. Aufl. Weinheim: Beltz Juventa.
- Kühl, S., Bayer, E. & Busch, G. (2022): Should organic animals be slaughtered differently from non-organic animals? A cluster analysis of German consumers. *Organic Agriculture* 12 (4), S. 531–545. <https://doi.org/10.1007/s13165-022-00407-0>
- Kühl, S., Bayer, E. & Schulze, M. (2023): The role of trust, expectation, and deception when buying organic animal products. *Animal Frontiers* 13 (1), S. 40–47. <https://doi.org/10.1093/af/vfac080>
- Kühn, D. (o.J.): Items für Bio, Regional und Tierwohl. Unveröffentlicht.
- Kühn, D., Krikser, T., Issa, I. & Profeta, A. (2023): The witzenhausen food inventory – organic food (WFI-OeL) an itemset for measuring consumers' attitudes and preferences for organic food in Germany. *Food Quality and Preference* 103, Artikel 104708. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104708>
- Kunst, J.R. & Hohle, S.M. (2016): Meat eaters by dissociation: How we present, prepare and talk about meat increases willingness to eat meat by reducing empathy and disgust. *Appetite* 105, S. 758–774. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.07.009>
- Kwok, L., Huang, Y.-K. & Hu, L. (2016): Green attributes of restaurants: What really matters to consumers? *International Journal of Hospitality Management* 55, S. 107–117. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.002>
- Lemken, D., Kraus, K., Nitzko, S. & Spiller, A. (2018): Staatliche Eingriffe in die Lebensmittelwahl. Welche klimapolitischen Instrumente unterstützt die Bevölkerung? *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society* 27 (4), S. 363–372. <https://doi.org/10.14512/gaia.27.4.8>
- Looden, S. (2013): Aus für Marke Wiesengold. Bio-Eier-Händler zieht Konsequenzen aus Skandal. *Weser-Kurier*. 11.12.2013. Online verfügbar unter [https://www.weser-kurier.de/niedersachsen/aus-fuer-marke-wiesengold-doc7e3stvjtxhtxf4jblo4?reloc\\_action=artikel&reloc\\_label=/region/niedersachsen\\_artikel,-Aus-fuer-Marke-Wiesengold-\\_arid,731696.html](https://www.weser-kurier.de/niedersachsen/aus-fuer-marke-wiesengold-doc7e3stvjtxhtxf4jblo4?reloc_action=artikel&reloc_label=/region/niedersachsen_artikel,-Aus-fuer-Marke-Wiesengold-_arid,731696.html), zuletzt geprüft am 10.08.2022.
- Lorenz, B.A. & Langen, N. (2018): Determinants of how individuals choose, eat and waste. Providing common ground to enhance sustainable food consumption out-of-home. *International Journal of Consumer Studies* 42 (1), S. 35–75. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12392>
- Loughnan, S., Haslam, N. & Bastian, B. (2010): The role of meat consumption in the denial of moral status and mind to meat animals. *Appetite* 55 (1), S. 156–159. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2010.05.043>
- Louviere, J.J., Hensher, D.A., Swait, J. & Adamowicz, W.L. (2010): Stated choice methods. Analysis and applications. 7. Aufl. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Louviere, J.J. & Islam, T. (2008): A comparison of importance weights and willingness-to-pay measures derived from choice-based conjoint, constant sum scales and best–worst scaling. *Journal of Business Research* 61 (9), S. 903–911. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.11.010>
- Lu, L. & Gursoy, D. (2017): Does offering an organic food menu help restaurants excel in competition? An examination of diners' decision-making. *International Journal of Hospitality Management* 63, S. 72–81. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.03.004>
- Marian, L. & Thøgersen, J. (2013): Direct and mediated impacts of product and process characteristics on consumers' choice of organic vs. conventional chicken. *Food Quality and Preference* 29 (2), S. 106–112. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2013.03.001>
- Mayring, P. (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 13. Aufl. Weinheim, Basel: Beltz.

- Mørk, T., Bech-Larsen, T., Grunert, K.G. & Tsalis, G. (2017): Determinants of citizen acceptance of environmental policy regulating consumption in public settings: Organic food in public institutions. *Journal of Cleaner Production* 148, S. 407–414. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.139>
- Morris, M.W., Hong, Y., Chiu, C. & Liu, Z. (2015): Normology: Integrating insights about social norms to understand cultural dynamics. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 129, S. 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2015.03.001>
- Möstl, A. & Hamm, U. (2016): Kommunikation landwirtschaftlicher Schweinehaltung über das Internet: Führt mehr Transparenz zu mehr Verbraucherakzeptanz? Abschlussbericht. Universität Kassel, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing.
- Ohlhausen, P. & Langen, N. (2021): Spontaneous Variety-Seeking Meal Choice in Business Canteens Impedes Sustainable Production. *Sustainability* 13, Artikel 746. <https://doi.org/10.3390/su13020746>
- Ohlhausen, P., Langen, N., Friedrich, S., Speck, M., Bienge, K., Engelmann, T. et al. (2018): Auf der Suche nach dem wirksamsten Nudge zur Absatzsteigerung nachhaltiger Speisen in der Außer-Haus-Gastronomie. *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung* 87 (2), S. 95–108. <https://doi.org/10.3790/vjh.87.2.95>
- Oliveira, R.C. de, Fernandes, A.C., Proenca, R.P.d.C., Hartwell, H., Rodrigues, V.M. & Fitates, G.M.R. (2017): Preferences for menu labelling formats of young adults in Brazil and in the United Kingdom. *Revista de Nutrição* 30 (3), S. 321–332. <https://doi.org/10.1590/1678-98652017000300005>
- Pfefferle, H., Hagspühl, S. & Clausen, K. (2021): Gemeinschaftsverpflegung in Deutschland-Stellenwert und Strukturen. *Ernährungs Umschau* (8), S. M470-M483. <https://doi.org/10.4455/eu.2021.034>
- Pinsker, J. (2013): Noch reichlich Chancen. In: gv-praxis (Hg.): Gemeinschaftsgastronomie – ein Zukunftsmarkt. Special im Auftrag der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband, Berlin, S. 18–20.
- Price, S., Hartwell, H., Hemingway, A. & Chapleo, C. (2016): Workplace foodservice; perception of quality and trust. *Appetite* 97, S. 169–175. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.12.006>
- Price, S., Viglia, G., Hartwell, H., Hemingway, A., Chapleo, C., Appleton, K. et al. (2016): What are we eating? Consumer information requirement within a workplace canteen. *Food Quality and Preference* 53, S. 39–46. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.05.014>
- Profeta, A. & Hamm, U. (2019): Do consumers prefer local animal products produced with local feed? Results from a Discrete-Choice experiment. *Food Quality and Preference* 71, S. 217–227. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.07.007>
- Roe, B. & Sheldon, I. (2007): Credence Good Labeling. The Efficiency and Distributional Implications of Several Policy Approaches. *American Journal of Agricultural Economics* 89 (4), S. 1020–1033. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8276.2007.01024.x>
- Roehl, R. (2015): Außer-Haus-Verpflegung. In: Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.): Regionaler Biomarkt NRW. Erzeugung, Verarbeitung und Handel von Ökolebensmitteln in Nordrhein-Westfalen. Marktanalysen - Fallbeispiele. 4. Aufl., S. 70–104.
- Rose, J.M., Collins, A.T., Bliemer, M.C.J. & Hensher, D.A. (2018): Ngene. Version 1.2.1. Online verfügbar unter <https://choice-metrics.com/>, zuletzt geprüft am 30.05.2023.
- Samuelson, P.A. (1938): A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour. *Economica* 5 (17), S. 61. <https://doi.org/10.2307/2548836>
- Schipmann-Schwarze, C., Mann, L., Kühn, D. & Di Guida, N. (2023): Stärkung von Verbrauchervertrauen in Ökolebensmittel durch Transparenz und Framing. Schlussbericht. Universität

Kassel, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing; Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e.V. (AöL); PROKRIBUS GmbH; Thünen-Institut für Marktanalyse. Online verfügbar unter <https://orgprints.org/id/eprint/45357/1/Abschlussbericht%20gesamt.pdf>, zuletzt geprüft am 04.03.2023.

Schjøll, A. & Alfnes, F. (2017): Eliciting consumer preferences for credence attributes in a fine-dining restaurant. *British Food Journal* 119 (3), S. 575–586. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0264>

Schmid, B. & Reif, M. (2020a): Mit Licht und Schatten. *gv praxis* (5), S. 18–33.

Schmid, B. & Reif, M. (2020b): Sichtbare Dämpfer. *gv praxis* (6), S. 26–39.

Schütz, A., Busch, G. & Sonntag, W.I. (2020): Environmental enrichment in pig husbandry – Citizens' ratings of pictures showing housing elements using an online-survey. *Livestock Science* 240, Artikel 104218. <https://doi.org/10.1016/j.livsci.2020.104218>

Schütz, A., Kühn, S., Busch, G. & Mehlhose, C. (2023): Making animal welfare labelling more transparent – The potential of different information types from simple text to highly immersive stable tours via VR glasses. *Journal of Agriculture and Food Research* 14, Artikel 100712. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2023.100712>

Scozzafava, G., Contini, C., Romano, C. & Casini, L. (2017): Eating out. Which restaurant to choose? *British Food Journal* 119 (8), S. 1870–1883. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2016-0591>

Shin, Y.H., Im, J., Jung, S.E. & Severt, K. (2018a): Motivations behind Consumers' Organic Menu Choices: The Role of Environmental Concern, Social Value, and Health Consciousness. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2018.1483288>

Shin, Y.H., Im, J., Jung, S.E. & Severt, K. (2018b): The theory of planned behavior and the norm activation model approach to consumer behavior regarding organic menus. *International Journal of Hospitality Management* 69, S. 21–29. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.011>

Shin, Y.H., Moon, H., Jung, S.E. & Severt, K. (2017): The effect of environmental values and attitudes on consumer willingness to pay more for organic menus. A value-attitude-behavior approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 33, S. 113–121. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.10.010>

Spain, C.V., Freund, D., Mohan-Gibbons, H., Meadow, R.G. & Beacham, L. (2018): Are They Buying It? United States Consumers' Changing Attitudes toward More Humanely Raised Meat, Eggs, and Dairy. *Animals* 8, Artikel 128. <https://doi.org/10.3390/ani8080128>

Spiller, A., Lüth, M. & Enneking, U. (2003): Chancen und Potenziale von Öko-Lebensmitteln in der Außer-Haus-Verpflegung am Beispiel der Verzehrsgewohnheiten von Mensa- und Kantinenbesuchern. Abschlussbericht. Universität Göttingen, Institut für Agrarökonomie, Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte; Technische Universität München, Fachgebiet für Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Online verfügbar unter <https://orgprints.org/id/eprint/2172/1/2172-02OE549-uni-goett-agraroekon-2003-ausser-haus.pdf>, zuletzt geprüft am 30.08.2023.

sus agnatum (2021): Regionalität entlang der Produktionskette. Online verfügbar unter <https://www.suslaender.de/regionalitaet/>, zuletzt geprüft am 13.07.2021.

Thurstone, L.L. (1927): A law of comparative judgment. *Psychological Review* 34 (4), S. 273–286. <https://doi.org/10.1037/h0070288>

TopAgrar (2018): Bürger machen Front gegen Bioschweinestall. 29.04.2018. Online verfügbar unter <https://www.topagrar.com/news/Home-top-News-Buerger-machen-Front-gegen-Bioschweinestall-9164576.html>, zuletzt geprüft am 30.04.2018.

- van Doorn, J. & Verhoef, P.C. (2015): Drivers of and Barriers to Organic Purchase Behavior. *Journal of Retailing* 91 (3), S. 436–450. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.003>
- van Someren, M.W., Barnard, Y.F. & Sandberg, J.A.C. (1994): The think aloud method. A practical guide to modelling cognitive processes. London: Academic Press.
- Verain, M., van den Puttelaar, J., Zandstra, E.H., Lion, R., Vogel-van den Bosch, J. de, Hoonhout, H. & Onwezen, M.C. (2022): Variability of Food Choice Motives: Two Dutch studies showing variation across meal moment, location and social context. *Food Quality and Preference* 98, S. 104505. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104505>
- Wägeli, S. & Hamm, U. (2012): Schaffung von Marktanreizen für den heimischen Futterbau über bessere Absatzmöglichkeiten für tierische Öko-Produkte aus regionaler Erzeugung. Abschlussbericht. Universität Kassel, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing. Online verfügbar unter <https://orgprints.org/id/eprint/21638/1/21638-10OE054-uni-kassel-hamm-2012-marktanreize-heimischerFutterbau.pdf>, zuletzt geprüft am 30.08.2023.
- Wägeli, S., Janssen, M. & Hamm, U. (2016): Organic consumers' preferences and willingness-to-pay for locally produced animal products. *International Journal of Consumer Studies* 40 (3), S. 357–367. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12262>
- WBA (Wissenschaftlicher Beirat Agrarpolitik beim BMEL) (2015): Wege zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung. Gutachten. Berlin. Online verfügbar unter [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/\\_Ministerium/Beiraete/agrarpolitik/GutachtenNutztierhaltung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ministerium/Beiraete/agrarpolitik/GutachtenNutztierhaltung.pdf?__blob=publicationFile&v=2), zuletzt geprüft am 10.08.2022.
- Weible, D., Christoph-Schulz, I., Salamon, P. & Zander, K. (2016): Citizens' perception of modern pig production in Germany. A mixed-method research approach. *British Food Journal* 118 (8), S. 2014–2032. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2015-0458>
- Zühlsdorf, A., Spiller, A., Gauly, S. & Kühl, S. (2016): Wie wichtig ist Verbrauchern das Thema Tierschutz? Präferenzen, Verantwortlichkeiten, Handlungskompetenzen und Politikoptionen. Ein gemeinsames Projekt der Zühlsdorf + Partner Marketingberatung und des Lehrstuhls „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ der Universität Göttingen im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V. (vzbv). Online verfügbar unter <https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/Tierschutz-Umfrage-Ergebnisbericht-vzbv-2016-01.pdf>, zuletzt geprüft am 30.05.2023.

## 11 Übersicht über im Rahmen des Projekts realisierte Veröffentlichungen

### Veröffentlichungen und Tagungsbandbeiträge

Möstl, A. und Zander, K. (im Druck): Wie denken Kantinengäste über Menüs mit Öko-Fleisch? Eine qualitative Untersuchung am Beispiel Betriebsgastronomie. In: Mau, G. et al. (Hrsg.): Verbraucherforschung zwischen Empowerment und Verletzlichkeit. Springer.

Möstl, A. und Zander, K. (2023): Die Beurteilung von Bildern zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung durch Kantinengäste. In: Bibic, V. und Schmidtke, K. (Hrsg.): One Step Ahead – einen Schritt voraus! Beiträge zur 16. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster.

### Vorträge

Möstl, A. und Zander, K. (2023): Die Beurteilung von Bildern zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung durch Kantinengäste. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, Frick, 08.03.2023. (Vortrag gehalten von A. Möstl)

Möstl, A. (2022): Opportunities and challenges of think aloud protocols in investigating consumers' perceptions of farm animal husbandry. AgEconMeet 2022 (Early Career Development Seminar for Agricultural Economists in Europe), Göttingen, 05.10.2022.

Möstl, A. (2021): Die Verarbeitung von Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung bei der Menüwahl – Eine Analyse von Protokollen Lauten Denkens von Gästen aus Betriebsrestaurants. Workshop für Nachwuchsforschende in der Verbraucherforschung, Berlin, 27.10.2021.

### Workshop

„Bio-Fleisch in der Großküche – Impulse für einen erfolgreichen Einsatz“. Workshop mit Akteur\*innen aus den Bereichen Außer-Haus-Markt, Öko-Modellregionen, Landwirtschaft, Verbände und Wissenschaft am 15.06.2023 auf den Öko-Feldtagen in Ditzingen-Hirschlanden.

Zu den Projektergebnissen sind noch Beiträge auf oekolandbau.de und in einer praxisorientierten Zeitschrift geplant. Zu den Ergebnissen des Choice-Experiments ist darüber hinaus eine Veröffentlichung in einer wissenschaftlichen Fachzeitschrift geplant.

## 12 Anhang

Anhang 1:	Instruktion zum Lauten Denken.....	123
Anhang 2:	Charakteristika der VPn .....	124
Anhang 3:	Häufigkeit der Äußerungen je VP für ausgewählte Prozess- und Schemakategorien .....	125
Anhang 4:	Choice Design .....	126
Anhang 5:	MNL-Modelle für Speiseplan 1 und Speiseplan 2.....	127
Anhang 6:	Handzettel am Beispiel der Testkantine Hamburg.....	128
Anhang 7:	Thekenaufsteller am Beispiel der Testkantine Hamburg .....	129
Anhang 8:	Verkaufstest: Prozentuale Abweichung der tatsächlich ausgegebenen Anzahl an Gerichten von der statistisch erwartbaren Anzahl an Gerichten in den Angebotszeiträumen „vor Covid19“, „während Covid19“ und „Öko-Aktion“ ....	130

**Anhang 1: Instruktion zum Lauten Denken**

*Im Folgenden werden Ihnen auf dem Bildschirm nacheinander 12 Fleischmenüs präsentiert, die mit bestimmten Informationen gekennzeichnet sind. Ich möchte deutlich machen, dass wir nicht Sie persönlich testen, sondern die dargebotenen Informationen. Denken Sie bitte von Beginn an laut und sprechen Sie alles aus, was Ihnen bei der Betrachtung der Informationen durch den Kopf geht, auch wenn Ihnen etwas unwichtig erscheint. Wenn Sie einen Text lesen, dann lesen Sie ihn bitte laut. Idealerweise sollten Sie ununterbrochen – also möglichst ohne längere Pausen – Ihre Gedanken laut aussprechen, ohne diese zuvor zu ordnen, sie besonders verständlich wiedergeben zu wollen oder mir zu erklären. Stellen Sie sich bitte vor, dass Sie allein sind und mit sich selbst sprechen. Ich werde Sie gegebenenfalls daran erinnern weiterzusprechen. Sie können jede Abbildung so lange betrachten, wie Sie möchten, bzw. so lange, wie Sie Gedanken dazu haben. Sobald Sie Ihre Gedanken beendet haben, geben Sie mir dies bitte zu verstehen. Sie können beispielsweise sagen: „Weiter zur nächsten Abbildung“. Ich werde Ihnen daraufhin am Bildschirm die nächste Abbildung vorlegen. Haben Sie Fragen?*

(Klärung eventuell auftretender Fragen)

*Gut, dann lege ich Ihnen nun die erste Abbildung vor. Bitte betrachten Sie die Informationen und sprechen Sie alle Gedanken laut aus, die Ihnen dazu durch den Kopf gehen.*



**Anhang 2: Charakteristika der VPn**

VP <sup>1</sup>	Ge- schlecht	Alters- gruppe (Jahre)	Höchster Bil- dungsabschluss	Häufigkeit Kantinenbe- such <sup>5</sup>	Häufigkeit- Fleischver- zehr <sup>6</sup>	Häufigkeit Ein- kauf Öko-Le- bensmittel <sup>7</sup>
P1B	w	18-29	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	täglich	1-3x pro Monat
P2B	w	18-29	Hochschulabschluss	1-3x pro Monat	<1x pro Woche	>1x pro Woche
P3H	w	40-49	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	1-2x pro Woche	>1x pro Woche
P4H	m	60-67	Hochschulabschluss	5x pro Woche	4-5x pro Woche	>1x pro Woche
P5H	w	18-29	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	täglich	1x pro Woche
P6H	m	40-49	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	1-2x pro Woche	1x pro Woche
P7B	m	30-39	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	täglich	1-3x pro Monat
P8H	m	50-59	Sonstiges <sup>2</sup>	5x pro Woche	1-2x pro Woche	>1x pro Woche
P9H	m	50-59	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	täglich	1x pro Woche
P10H	m	50-59	Berufsausbildung	5x pro Woche	3-4x pro Woche	>1x pro Woche
P11H	w	40-49	Meister	3-4x pro Woche	4-5x pro Woche	>1x pro Woche
P12B	w	30-39	Sonstiges <sup>3</sup>	3-4x pro Woche	3-4x pro Woche	>1x pro Woche
P13H	m	50-59	Hochschulabschluss	5x pro Woche	4-5x pro Woche	1x pro Woche
P14B	w	30-39	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	1-2x pro Woche	1-3x pro Monat
P15B	m	50-59	Hochschulabschluss	1-2x pro Woche	4-5x pro Woche	1-3x pro Monat
P16H	m	30-39	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	3-4x pro Woche	>1x pro Woche
P17B	m	30-39	Meister	1-2x pro Woche	3-4x pro Woche	1x pro Woche
P18H	m	50-59	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	3-4x pro Woche	>1x pro Woche
P19H	w	50-59	Berufsausbildung	5x pro Woche	1-2x pro Woche	1x pro Woche
P20H	m	40-49	Hochschulabschluss	5x pro Woche	3-4x pro Woche	>1x pro Woche
P21H	w	30-39	Hochschulabschluss	3-4x pro Woche	3-4x pro Woche	1x pro Woche
P22H	m	30-39	Hochschulabschluss	5x pro Woche	3-4x pro Woche	1x pro Woche
P23H	m	50-59	Meister <sup>4</sup>	5x pro Woche	3-4x pro Woche	>1x pro Woche
P24H	m	50-59	Berufsausbildung	5x pro Woche	täglich	1-3x pro Monat

<sup>1</sup> „B“ steht für die Kantine Berlin und „H“ für die Kantine Hamburg.

<sup>2</sup> Mündliche Ergänzung durch die VP: Berufsausbildung + Zusatzausbildung an Abendschule

<sup>3</sup> Mündliche Ergänzung durch die VP: Berufsausbildung + Zusatzlehrgänge mit Zertifizierung

<sup>4</sup> Mündliche Ergänzung durch die VP: Zusatzausbildung an Abendschule

<sup>5</sup> Frageformulierung: *Wie häufig nehmen Sie im Betriebsrestaurant [Name der Betriebskantine] das Angebot zur Mittagsverpflegung wahr?* Sofern eine VP zwischen Pandemie- und Normalzeit differenziert hat, beziehen sich die Angaben auf die Normalzeit.

<sup>6</sup> Frageformulierung: *Wie häufig verzehren Sie insgesamt, also im Betriebsrestaurant, in anderen Restaurants, zu Hause, bei Freunden oder in anderen Situationen, Fleisch?*

<sup>7</sup> Frageformulierung: *Wie häufig kaufen Sie in der Regel Bio-Lebensmittel ein?*

Quelle: Eigene Erhebung

**Anhang 3: Häufigkeit der Äußerungen je VP für ausgewählte Prozess- und Schemakategorien**

	Entschlüsseln	semantisches Wissen	episodisches Wissen	Annahme/Erwartung	Einstellung	absolutes Urteilen: sachlich	relatives Urteilen: sachlich	absolutes Urteilen: positiv	absolutes Urteilen: negativ	relatives Urteilen: positiv	relatives Urteilen: gleichwertig	relatives Urteilen: negativ	Verbalisierungen gesamt
P1	50	0	0	2	0	5	1	12	8	3	0	1	82
P2	33	3	0	6	3	6	2	13	5	3	1	0	75
P3	48	6	1	3	4	10	6	8	24	0	0	0	110
P4	54	4	2	3	6	11	3	13	3	1	0	1	101
P5	49	5	0	14	5	9	6	11	7	5	0	1	112
P6	45	5	0	6	8	6	4	35	5	1	0	0	115
P7	61	1	0	2	0	6	23	14	0	0	0	0	107
P8	37	0	1	0	4	0	1	17	2	2	0	1	65
P9	49	7	1	3	4	7	4	4	9	1	0	1	90
P10	29	3	0	13	7	5	8	6	3	0	2	1	77
P11	16	3	0	6	2	4	11	7	6	2	0	0	57
P12	57	2	0	8	9	7	0	22	8	0	0	0	113
P13	9	2	0	7	2	11	17	15	5	0	0	2	70
P14	46	0	0	12	4	4	6	22	10	1	1	1	107
P15	57	18	0	8	25	2	0	12	16	0	0	2	140
P16	62	1	0	3	5	11	5	13	3	4	0	0	107
P17	46	1	1	0	0	6	2	19	0	0	0	0	75
P18	82	6	0	16	2	22	17	8	9	0	0	0	162
P19	59	3	0	0	1	9	6	16	3	1	0	0	98
P20	30	10	7	21	11	21	21	9	5	1	0	1	137
P21	36	5	0	9	11	19	13	14	3	3	0	1	114
P22	39	1	0	4	1	9	15	7	2	0	0	0	78
P23	56	13	0	10	8	2	2	7	7	5	0	0	110
P24	44	2	0	12	3	10	12	12	6	2	0	0	103
$\bar{x}$	45,6	4,2	0,5	7,0	5,2	8,4	7,7	13,2	6,2	1,5	0,2	0,5	100,2
$s$	15,6	4,3	1,5	5,5	5,3	5,6	6,8	6,7	5,2	1,6	0,5	0,7	25,2
<i>Min</i>	9,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0	0,0	57,0
<i>Max</i>	82,0	18,0	7,0	21,0	25,0	22,0	23,0	35,0	24,0	5,0	2,0	2,0	162,0
$x_{0,25}$	36,3	1,0	0,0	3,0	2,0	5,0	2,0	8,0	3,0	0,0	0,0	0,0	77,3
$x_{0,5}$	47,0	3,0	0,0	6,0	4,0	7,0	6,0	12,5	5,0	1,0	0,0	0,0	105,0
$x_{0,75}$	56,8	5,8	0,8	11,5	7,8	10,8	12,8	15,8	8,0	2,8	0,0	1,0	112,8

Quelle: Eigene Erhebung

**Anhang 4: Choice Design**

Choice Situation	f1.tier-schutz	f1.bio	f1.regio	f1.preis	f2.tier-schutz	f2.bio	f2.regio	f2.preis	v.tier-schutz	v.bio	v.regio	v.preisv	Choice Block
1	1	0	1	5,40 €	1	0	1	5,40 €	0	1	0	3,50 €	4
2	0	1	1	5,40 €	1	0	1	5,40 €	1	0	0	3,50 €	1
3	0	0	1	7,30 €	1	0	1	7,30 €	0	0	0	7,30 €	3
4	0	0	1	3,50 €	0	1	1	7,30 €	0	1	1	7,30 €	2
5	1	0	0	5,40 €	0	1	1	5,40 €	1	0	0	5,40 €	1
6	0	0	1	3,50 €	0	1	0	9,20 €	1	0	0	7,30 €	4
7	0	1	0	5,40 €	0	0	0	3,50 €	0	0	1	5,40 €	2
8	0	1	0	7,30 €	0	0	1	3,50 €	1	0	1	3,50 €	4
9	1	0	0	9,20 €	1	0	0	5,40 €	0	0	1	5,40 €	2
10	1	0	0	7,30 €	0	1	0	7,30 €	0	1	0	3,50 €	3
11	0	1	0	7,30 €	0	0	0	7,30 €	0	0	1	5,40 €	3
12	0	0	1	9,20 €	0	0	0	9,20 €	0	1	1	3,50 €	1

f1 = Fleischalternative 1, f2 = Fleischalternative 2, v = vegetarische Alternative

1 = Auslobung liegt vor, 0 = Auslobung liegt nicht vor

**Anhang 5: MNL-Modelle für Speiseplan 1 und Speiseplan 2**

	Speiseplan 1			Speiseplan 2		
	Spez.	Koeffizient	Sign.	Spez.	Koeffizient	Sign.
<i>Parameter</i>						
Preis	fix	-0,31	***	fix	-0,39	***
Tierschutz-Label (Schwein)	fix	0,36	**	fix	0,27	
Tierschutz-Label (Hähnchen)	fix	0,55	***	fix	0,47	***
Tierschutz-Label (vegetarisch)	fix	0,21		fix	0,06	
Bio-Siegel (Schwein)	fix	0,34	*	fix	0,45	**
Bio-Siegel (Hähnchen)	fix	0,72	***	fix	0,59	***
Bio-Siegel (vegetarisch)	fix	0,23		fix	-0,04	
Regional-Label (Fleisch)	fix	0,24	*	fix	0,11	
Regional-Label (vegetarisch)	fix	0,03		fix	-0,19	
Schweinefleischgericht	fix	4,15	***	fix	3,99	***
Hähnchenfleischgericht	fix	3,30	***	fix	4,31	***
vegetarisches Gericht	fix	3,19	***	fix	3,56	***
Label „Top-Bewertung“ (Schw.)	fix	0,25	*	fix	0,22	*
Label „Top-Bewertung“ (Hähn.)	fix	0,34	**	fix	0,18	
Label „Top-Bewertung“ (veg.)	fix	0,18		fix	-0,03	
Log-Likelihood		-2.683,34			-2.677,51	
McFadden R <sup>2</sup>		0,23			0,23	
Beobachtungen		2502			2502	
n		834			834	

Spez. = Spezifikation des Parameters; Sign. = Signifikanz; fix = fixed Parameter; signifikant auf dem Niveau von \*\*\* 0,001, \*\* 0,01, \* 0,05

Quelle: Eigene Erhebung

**Anhang 6: Handzettel am Beispiel der Testkantine Hamburg**



## AKTIONSWOCHE BIO-FLEISCH



**Was kennzeichnet die Bio-Tierhaltung?**

- ✓ mehr Platz für die Tiere
- ✓ Haltung auf Stroh oder Naturmaterial
- ✓ Auslauf ins Freie
- ✓ mindestens 95 % Bio-Futter
- ✓ mindestens 30 bis 60 % der Futtermittel aus der Region (je nach Tierart)
- ➔ geregelt in der EU-Öko-Verordnung





**Mehr über Bio finden Sie hier:**  
[oekolandbau.de/bio-im-alltag](http://oekolandbau.de/bio-im-alltag)



Eine gemeinsame Aktion des DZ HYP-Betriebsrestaurants, der Universität Kassel und des Forschungsinstituts für biologischen Landbau im Rahmen des Projekts „ÖkoMenü“. Das Projekt wird durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gefördert.







Gefördert durch



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft

**BÖLN**

Bundesprogramm Ökologischer Landbau  
und andere Formen nachhaltiger  
Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

## Anhang 7: Thekenaufsteller am Beispiel der Testkantine Hamburg

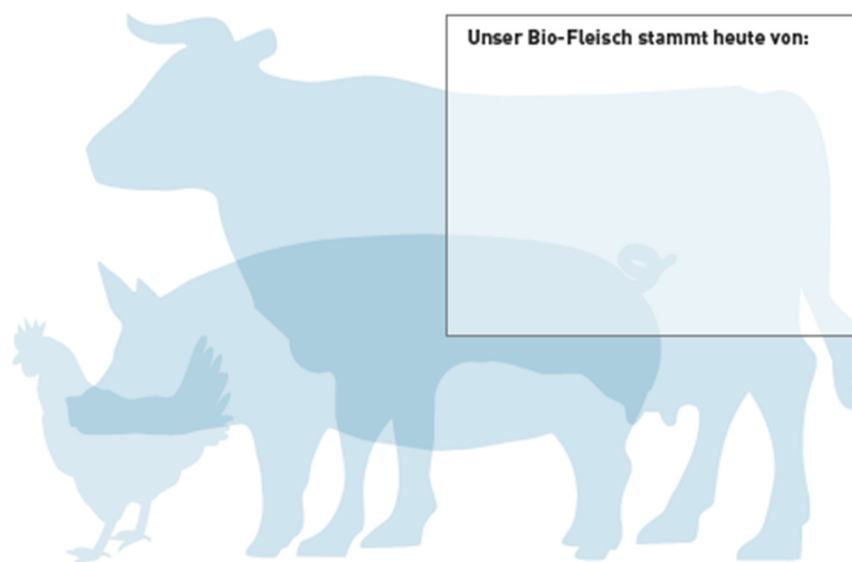
*die Hausmacher*  
DAS DZ HYP BETRIEBSRESTAURANT



## AKTIONSWOCHE BIO-FLEISCH

### Was kennzeichnet die Bio-Tierhaltung?

- ✓ mehr Platz für die Tiere
- ✓ Haltung auf Stroh oder Naturmaterial
- ✓ Auslauf ins Freie
- ✓ mindestens 95 % Bio-Futter
- ✓ mindestens 30 bis 60 % der Futtermittel aus der Region (je nach Tierart)
- ➔ geregelt in der EU-Öko-Verordnung



Eine gemeinsame Aktion des DZ HYP-Betriebsrestaurants, der Universität Kassel und des Forschungsinstituts für biologischen Landbau im Rahmen des Projekts „ÖkoMenü“. Das Projekt wird durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gefördert.

*die Hausmacher*  
DAS DZ HYP BETRIEBSRESTAURANT

UNIKASSEL  
VERSITÄT

FiBL

Gefördert durch



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

BÖLN

Bundesprogramm Ökologischer Landbau  
und anderer Formen nachhaltiger  
Landwirtschaft

**Anhang 8: Verkaufstest: Prozentuale Abweichung der tatsächlich ausgegebenen Anzahl an Gerichten von der statistisch erwartbaren Anzahl an Gerichten in den Angebotszeiträumen „vor Covid19“, „während Covid19“ und „Öko-Aktion“**

Rinderbraten	Kasslernacken		Hamburger mit Rindfleisch		Asia Soup mit Putenstreifen		Hähnchenkeule		Rindergeschnetzeltes „Kyoto“		Schweinerückensteak		
	Zeitpunkt	Abw.	Zeitpunkt	Abw.	Zeitpunkt	Abw.	Zeitpunkt	Abw.	Zeitpunkt	Abw.	Zeitpunkt	Abw.	
<b>vor Covid19</b>													
23.06.2019	131%	26.02.2019	21%	03.09.2019	125%	16.12.2019	48%	05.06.2019	96%	21.02.2019	30%	25.06.2019	120%
15.10.2019	31%	17.10.2019	105%	12.11.2019	105%	24.02.2020	38%	11.09.2019	38%	13.08.2019	31%	24.09.2019	97%
28.01.2020	78%	11.02.2020	52%	06.02.2020	120%	/.	/.	22.01.2020	54%	14.01.2020	115%	23.12.2019	74%
mittl. Abw.	76%	mittl. Abw.	63%	mittl. Abw.	117%	mittl. Abw.	42%	mittl. Abw.	62%	mittl. Abw.	61%	mittl. Abw.	91%
<b>während Covid19</b>													
/.	/.	20.01.2022	30%	02.11.2021	87%	01.11.2021	51%	07.04.2022	-14%	29.03.2022	38%	24.08.2021	28%
<b>Öko-Aktion</b>													
04.05.2022	49%	10.05.2022	-1%	11.05.2022	68%	08.06.2022	16%	14.06.2022	23%	15.06.2022	73%	28.06.2022	29%

Putenrollbraten	Tafelspitz		Currywurst		
	Zeitpunkt	Abw.	Zeitpunkt	Abw.	
<b>vor Covid19</b>					
03.07.2019	-11%	01.04.2019	35%	09.01.2020	135%
23.10.2019	-4%	10.09.2019	34%	04.02.2020	158%
04.03.2020	2%	16.12.2019	-13%	02.03.2020	189%
mittl. Abw.	-4%	mittl. Abw.	19%	mittl. Abw.	159%
<b>während Covid19</b>					
29.07.2021	27%	/.	/.	03.03.2022	14%
/.	/.	/.	/.	05.04.2022	60%
/.	/.	/.	/.	mittl. Abw.	39%
<b>Öko-Aktion</b>					
29.06.2022	-29%	06.07.2022	-3%	03.05.2022	69%
/.	/.	/.	/.	07.06.2022	36%
/.	/.	/.	/.	05.07.2022	118%
/.	/.	/.	/.	mittl. Abw.	69%

