

6. DEZEMBER 2023
9 BIS 16 UHR

URANIA, WIEN



HALTUNG ZEIGEN!?

WIE TRANSPARENT SIND HALTUNG UND HERKUNFT TIERISCHER LEBENSMITTEL?

Mag.^a Petra Lehner

Arbeiterkammer Wien
Abteilung Konsumentenpolitik

petra.lehner@akwien.at

Studie im Auftrag der AK Wien

Verbraucher:innen- Erwartung

bei Angaben und Werbung in Verbindung mit Herkunft/
Regionalität, Tierwohl, Klima, Natürlichkeit // Fokus
Lebensmittel

IFES – INSTITUT FÜR EMPIRISCHE SOZIALFORSCHUNG
GMBH



IFES

Daten zur Studie

Repräsentativ

Die Studie soll die Meinung und Erwartung der Konsument:innen widerspiegeln

Stichprobe: n = 800

Grundgesamtheit: Wohnbevölkerung in Österreich
ab 16 Jahren

Um Repräsentativität zu erreichen, wurde ein besonderes Augenmerk auf soziodemographische Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland gelegt, in der Stichprobenziehung und Rücklaufkontrolle und in der Gewichtung.

Erhebungszeitraum:

Anfang bis Mitte Jänner 2023

800 Befragte

sind laut Empfehlung des VdMI* eine repräsentative Stichprobe für eine österreichweite Befragung

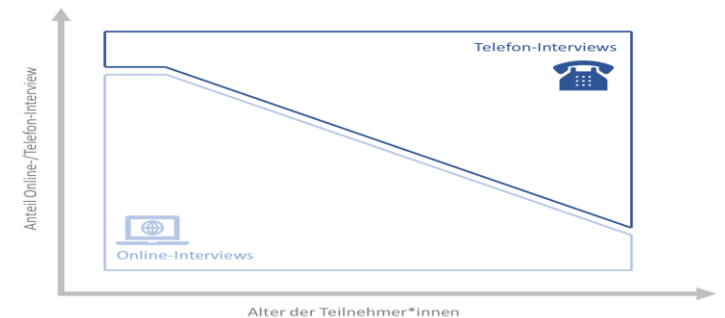
Mit 800 Befragten hat man eine Schwankungsbreite von zirka 3,5%. Somit kann man solide Aussagen über die Erwartungen der Gesamtbevölkerung in Österreich treffen.

*VdMI - Verband der österreichischen Markt- und Meinungsforschungsinstitute

CATI/CAWI-Mix

Mixed-Mode (telefonisch und online)

Um die unterschiedliche Erreichbarkeit verschiedener soziodemographischer Gruppen zu berücksichtigen, wurde diese Methode angewendet.



IFES-TEAM

Projektleitung: Stefan Friesenbichler
Wissenschaftliche Mitarbeit: Alexander Brenn

Auswertung und Statistik: Theresa Schmid, BSc

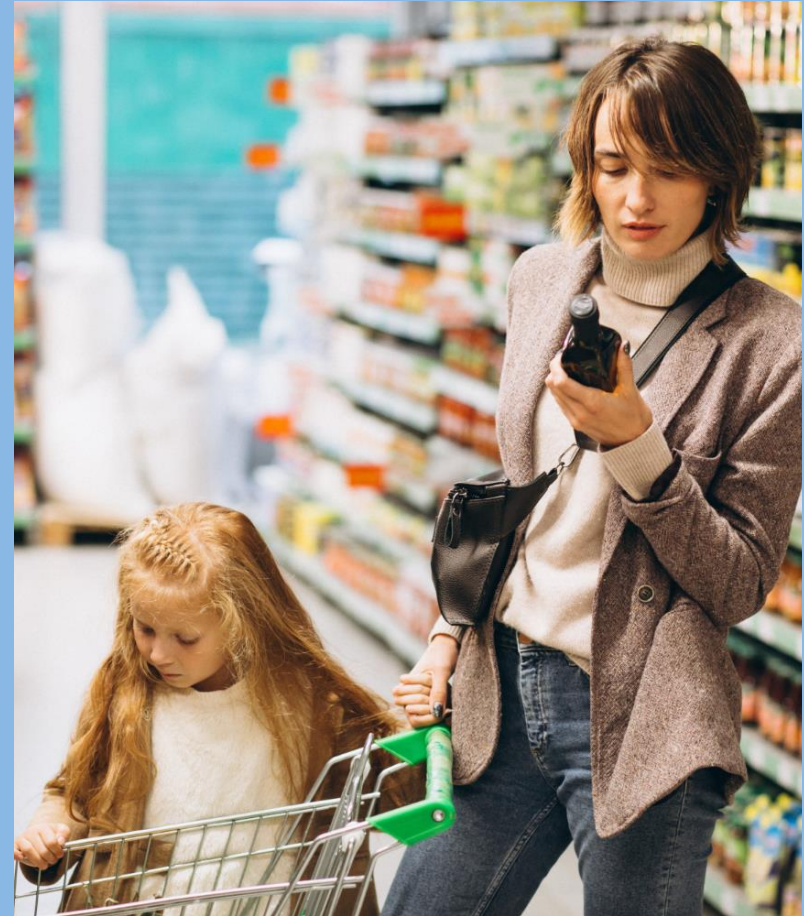
“Verbraucher:innen-Erwartung”

- Rechtlich relevant in der Bewertung einer möglichen Irreführung von Konsument:innen (Kennzeichnung, Aufmachung, Werbung)
 - **UWG**
 - LMSVG (Lebensmittel, Kosmetik, Spielzeug, Hygieneartikel, Lebensmittelkontaktmaterialien)
 - Lebensmittel: Verbrauchererwartung teilweise “codifiziert” im österreichischen Lebensmittelbuch (“Codex”)



Erwartungen von
Verbraucher:innen

Ergebnisse mit Fokus
Angaben und Werbung zum
Tierschutz/Tierwohl bei
Lebensmitteln



IFES

Wichtigkeit Tierschutz

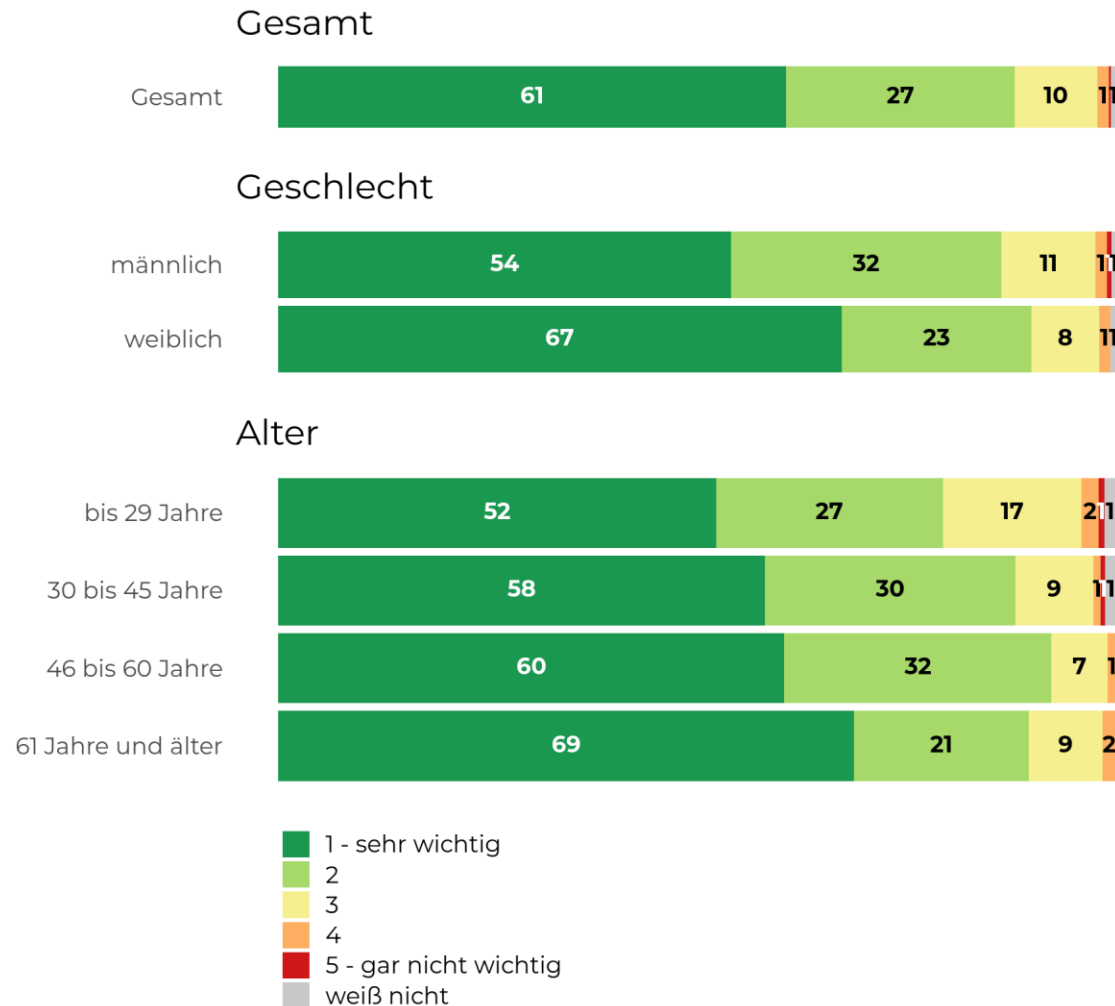
88% wichtig/sehr wichtig

Wie wichtig ist Ihnen Tierschutz im Allgemeinen?
Geben Sie bitte eine Note: 1 = sehr wichtig, 5 =
gar nicht wichtig, dazwischen können Sie abstufen.

Basis: Gesamt, n = 800

IFES

21917161 Verbraucher:innenerwartungen



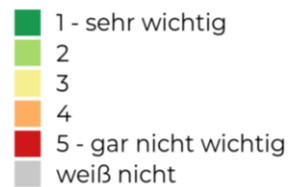
Konsument:innenschutz



Geschlecht



Alter



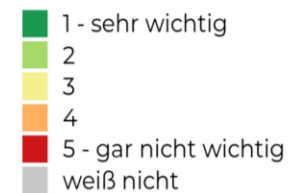
Tierschutz



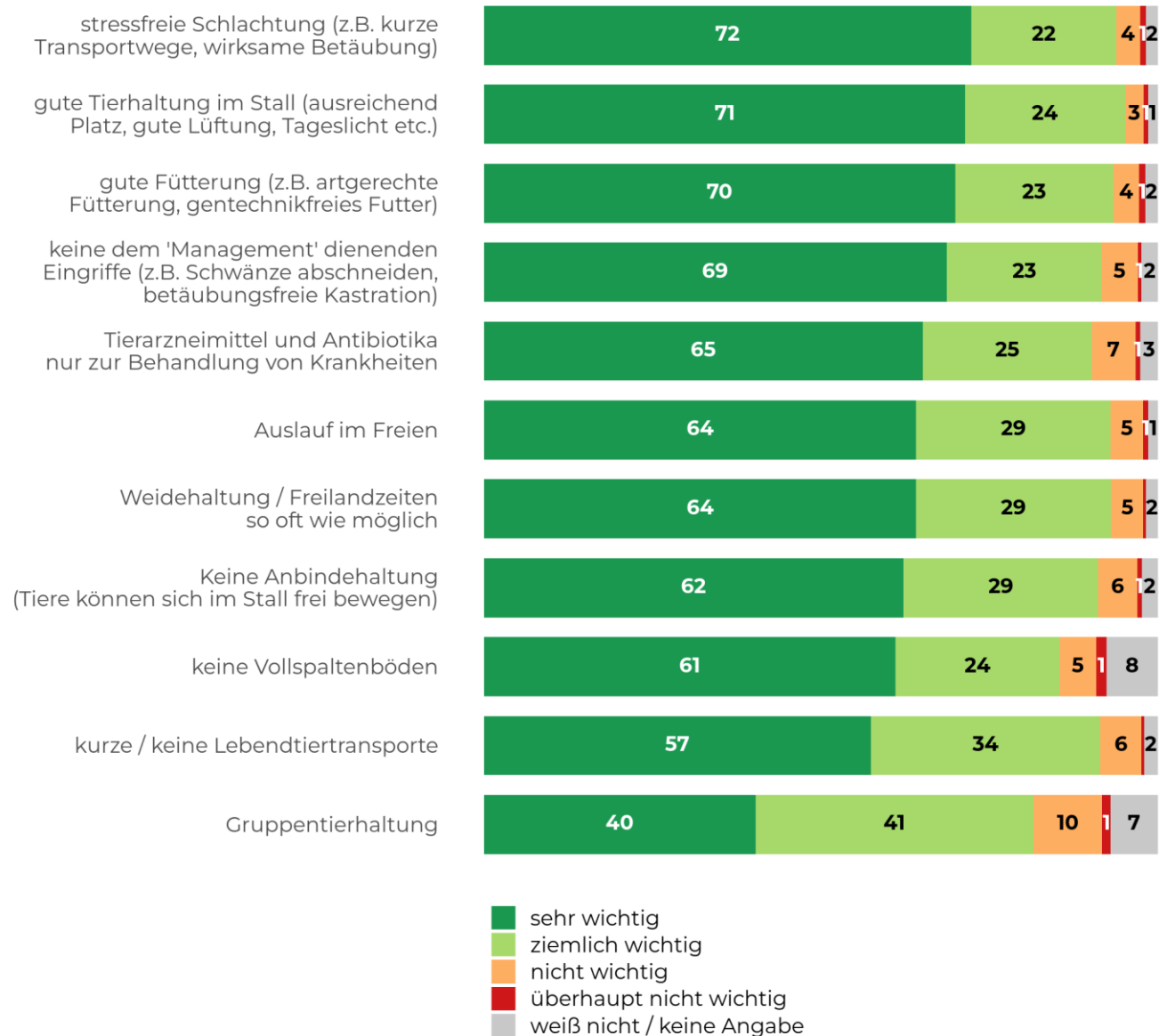
Geschlecht



Alter



Tierwohl: Wichtigkeit verschiedener Maßnahmen



Wie wichtig sind Ihnen im Bezug auf Tierwohl folgende Punkte? Geben Sie bitte eine Note: 1 = sehr wichtig, 5 = gar nicht wichtig, dazwischen können Sie abstufen. (Randomisieren)

Basis: Gesamt, n = 800



Tierschutz / Tierwohl

- für 88% wichtig
- alle Kriterien für >80% wichtig
- wichtigste Kriterien:
 - gute Tierhaltung (Platz, Lüftung, Licht)
 - stressfreie Schlachtung
 - gute Fütterung (artgerecht, gentechnikfrei)
 - Auslauf im Freien / Weidehaltung
 - keine Eingriffe zum „Management“
 - kurze Transportzeiten
 - keine Anbindehaltung



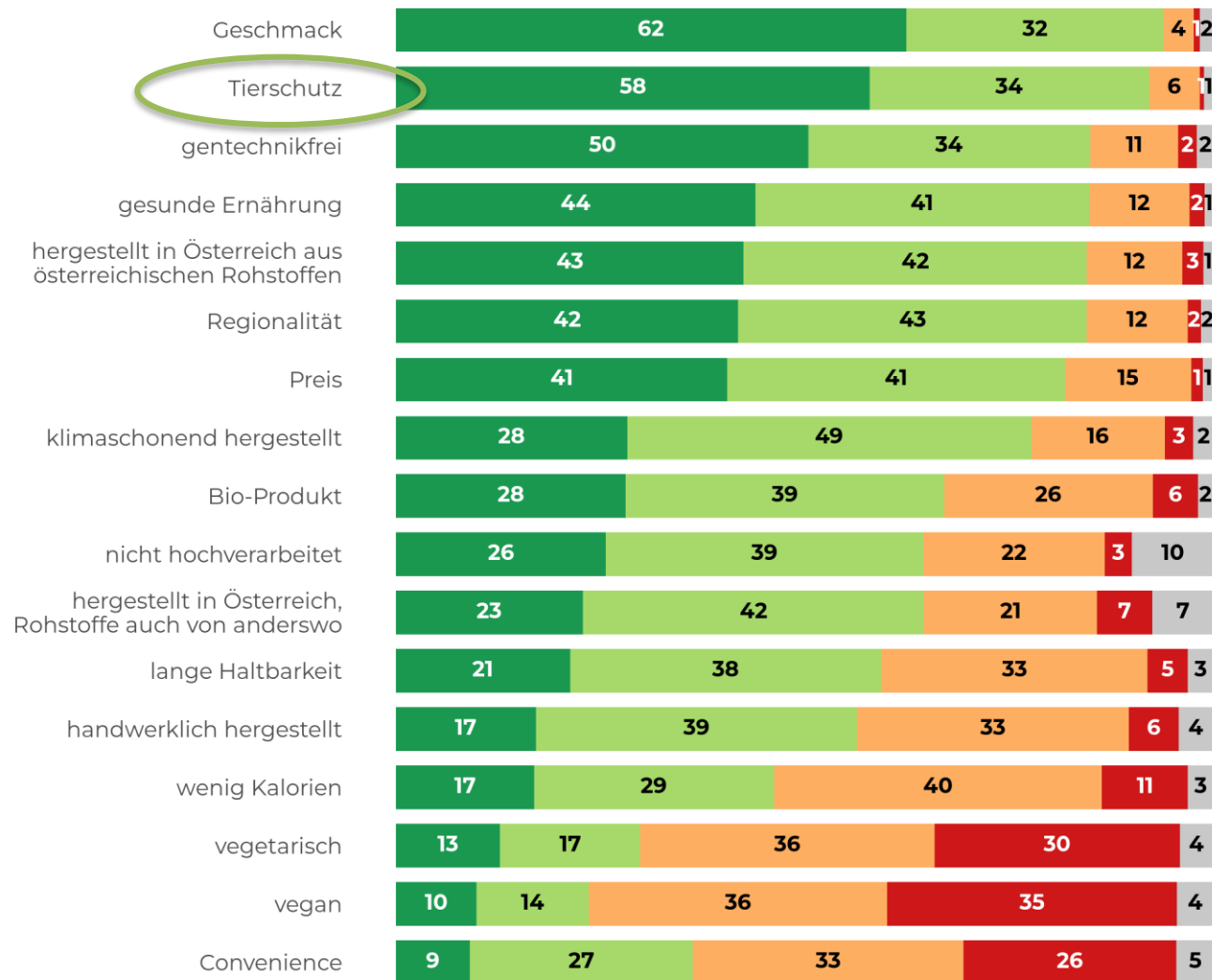
- die Tiere sind täglich auf der Weide im Freien.
- die Tiere können jederzeit ins Freie.
- die Tiere können sich immer frei im Stall bewegen.
- die Tiere können sich stundenweise frei im Stall bewegen.
- weiß nicht / keine Angabe

365 Tage Auslauf?

83% täglich auf der Weide bzw. jederzeit
Möglichkeit ins Freie

Was erwarten Sie sich, wenn Sie '365 Tage Auslauf'
lesen/sehen?

Basis: Gesamt, n = 800



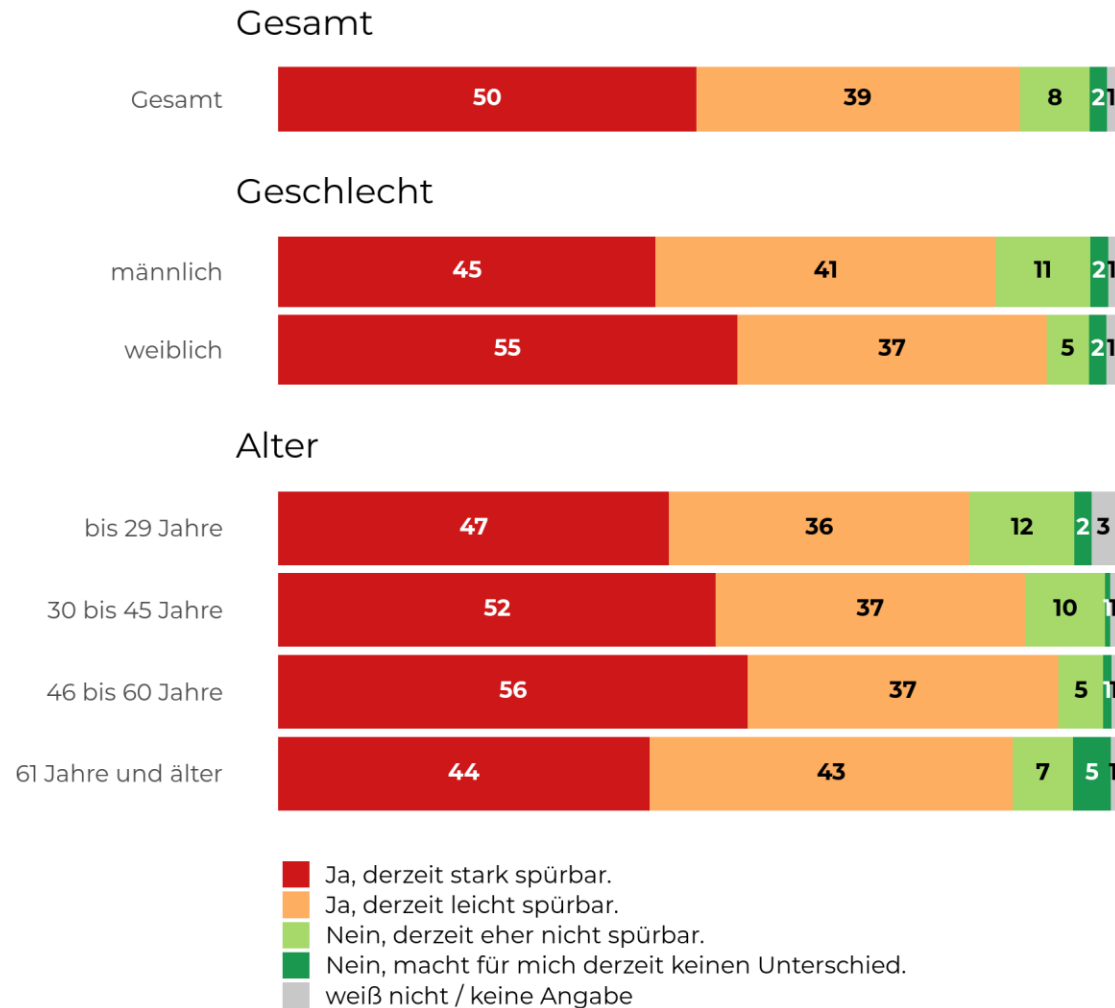
■ sehr wichtig
■ ziemlich wichtig
■ nicht wichtig
■ überhaupt nicht wichtig
■ weiß nicht / keine Angabe

Konsumverhalten: Wichtigkeit diverser Kriterien

f20: Wie wichtig sind Ihnen folgende Punkte beim Kauf von Lebensmittel?

Basis: Gesamt, n = 800

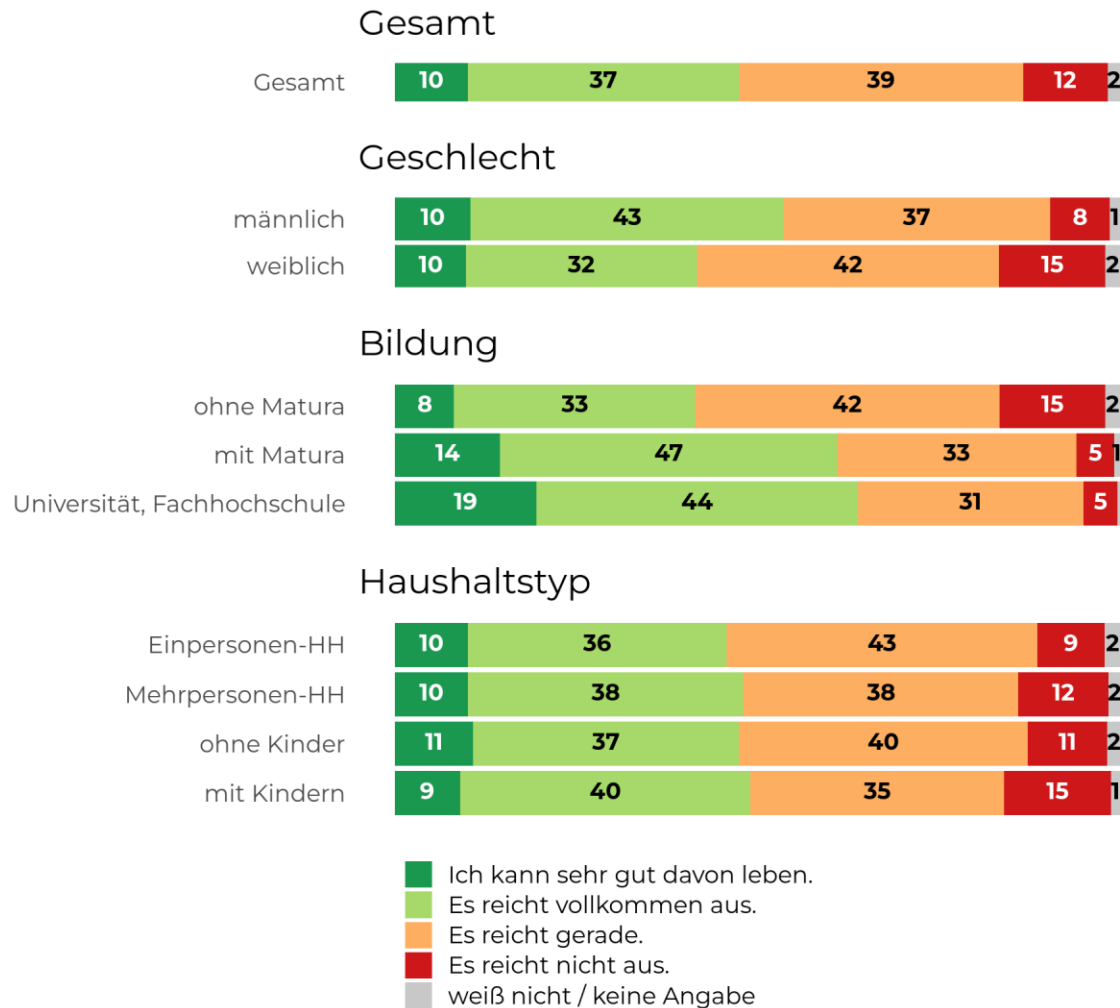
Spürbarkeit der Teuerung



Derzeit steigen die Preise für Lebensmittel, Energie und Mobilität. Ist diese Teuerung für Sie persönlich spürbar oder nicht spürbar?

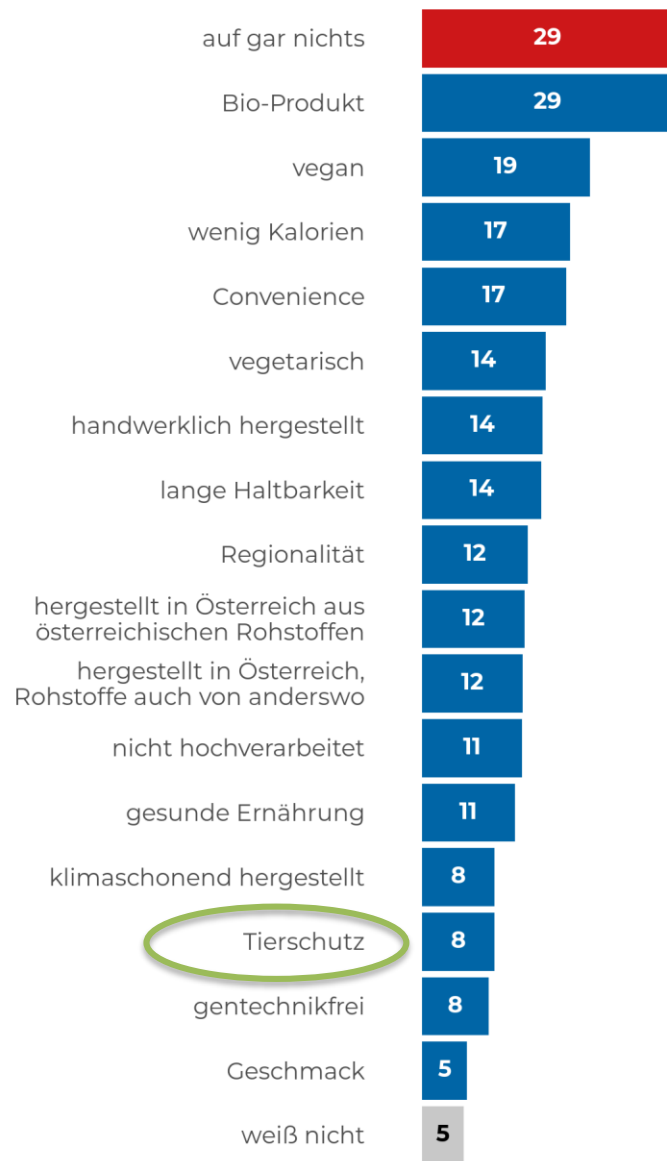
Basis: Gesamt, n = 800

Auskommen mit dem Einkommen



Würden Sie sagen, dass Ihr Einkommen Ihren Bedürfnissen ungefähr entspricht? Welche der vier folgenden Antworten trifft am ehesten zu?

Basis: Gesamt, n = 800

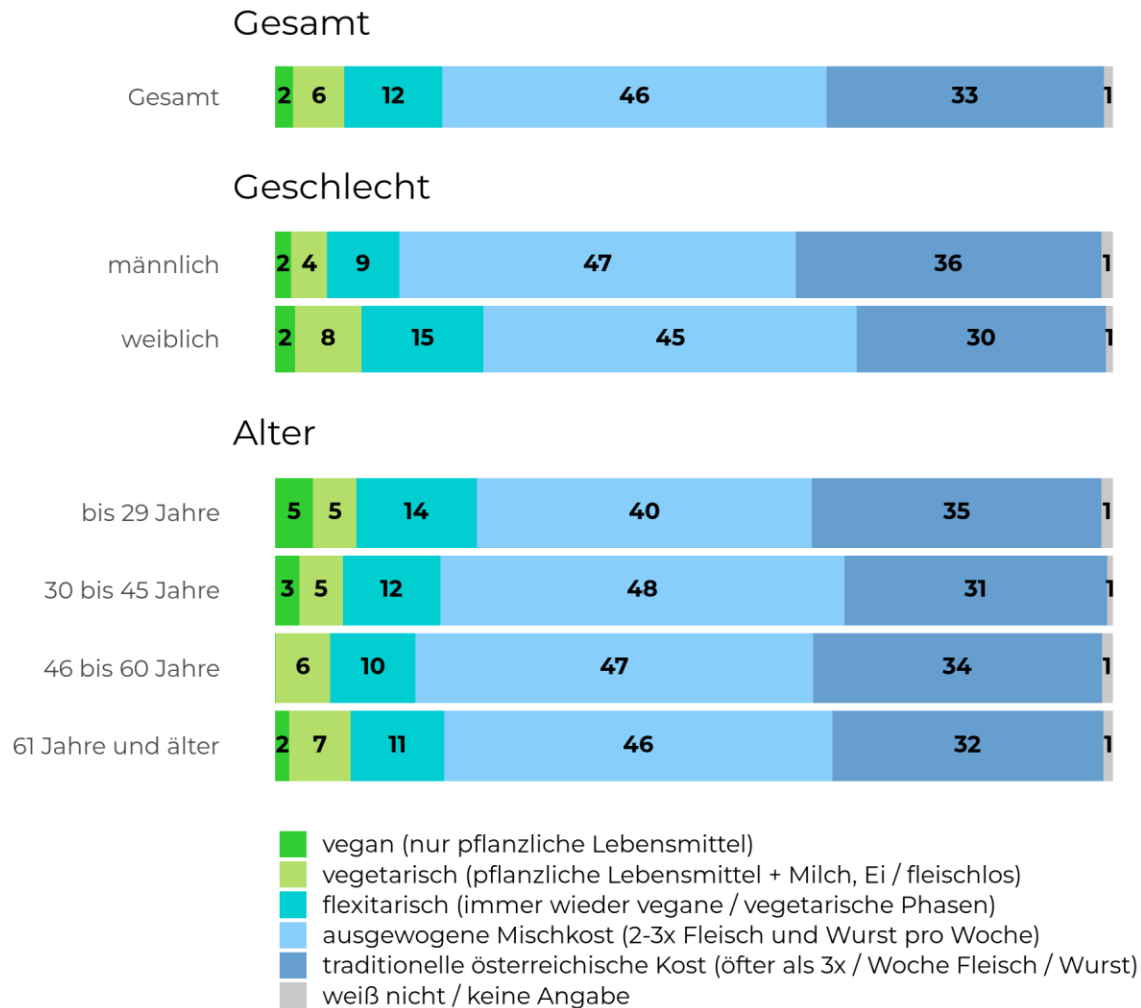


Verzicht auf Grund der Teuerung

Auf welche Punkte würden Sie bzw. verzichten Sie bereits auf Grund der Teuerung?

Basis: Gesamt, n = 800

Ernährungsform



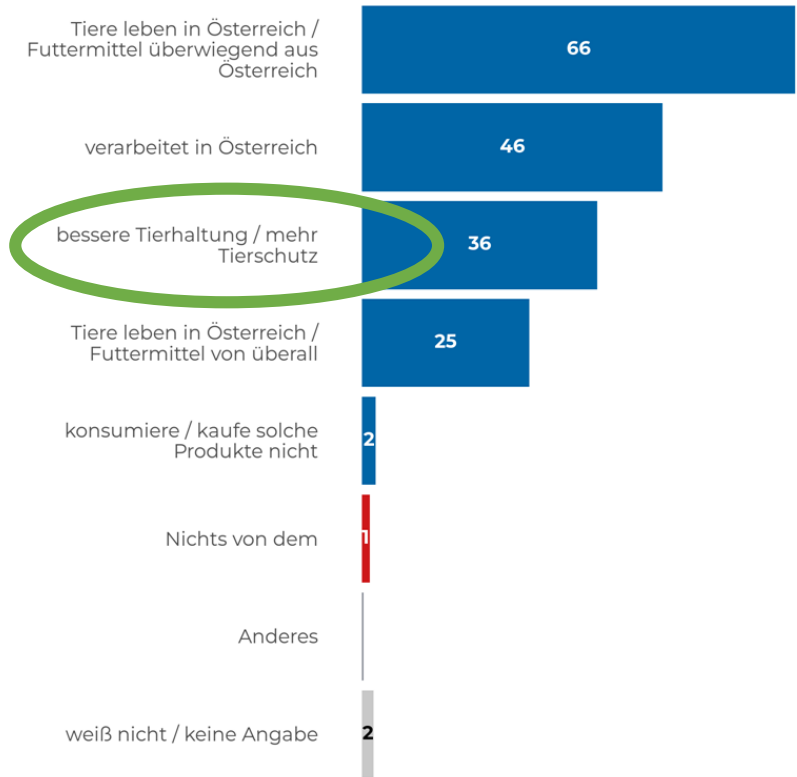
f6: In den folgenden Fragen geht es um Lebensmittel. Können Sie uns daher sagen, wie Sie sich ernähren?

Basis: Gesamt, n = 800

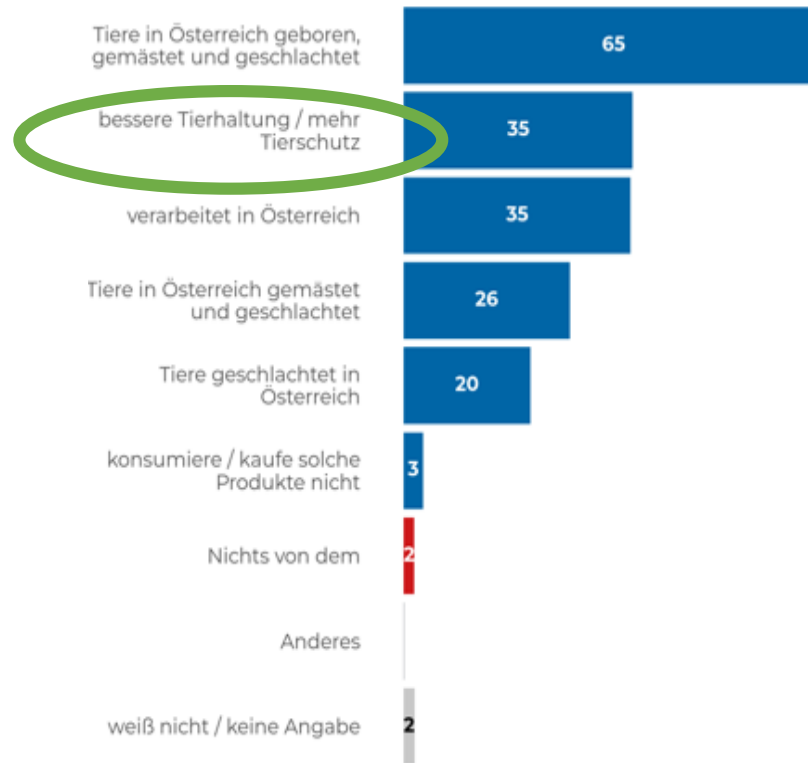
Konnex Tierschutz & Österreich



Erwartungen bei Produkten von lebenden Tieren



Erwartungen bei Fleisch und Fleischprodukten



Was erwarten Sie sich, wenn Sie 'Österreich', 'heimische Qualität' oder die österreichische Flagge auf Milch, Käse oder Mayo bzw. Fleisch und Fleischprodukten (z.B. Schinken, Speck, Wurst, Streichwurst, gewürztes verpacktes Grillfleisch) lesen/sehen? (Mehrfachantwort möglich)
 Basis: Gesamt, n = 800

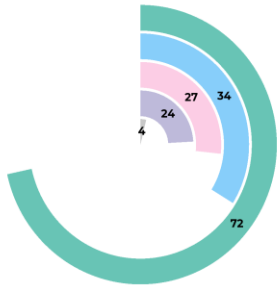


„Österreich“

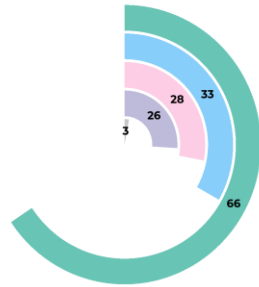
Tierische LM:

- gehalten und geschlachtet in Ö
- Futtermittel aus Ö
- gut 1/3 erwartet mehr Tierschutz

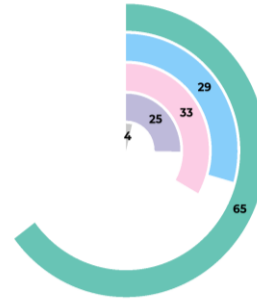
Allgemeine Verbraucherprodukte
wie Haushaltsartikel,
Freizeitartikel oder Möbel



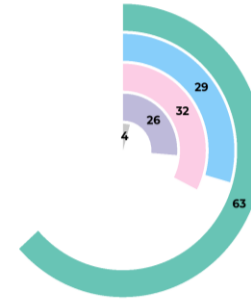
Persönliche Güter wie Bekleidung,
Schuhe, Bettwäsche,
Spielzeug, Schmuck etc.



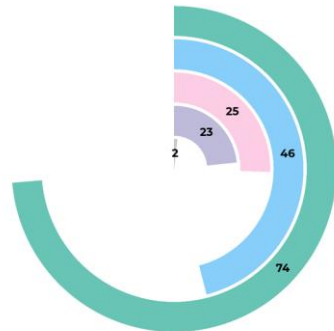
Medizinische Güter
Gesundheitsprodukte



Kosmetik und
Hygieneartikel



Lebensmittel/Getränke



- Komplette Herstellung in Österreich
- Rohstoffe aus Österreich
- Herstellung von Teilen des Endproduktes in Österreich
- Firma, die Produkt in Verkehr bringt, aus Österreich
- weiß nicht / keine Angabe

Erwartungen: „Made in Austria“

→ **2/3 bis 3/4** erwarten Rohstoffe aus und Herstellung in Österreich, am meisten bei Lebensmitteln, aber auch bei allen anderen Gütern ist die Erwartung höher als die (rechtliche) Realität

Was erwarten Sie sich, wenn Sie 'Made in Austria' oder 'österreichisches Produkt' oder Vergleichbares auf folgenden Produkten lesen?
[Mehrfachnennung]

Basis: Gesamt, n = 800

„Made in Austria“

Verbraucherprodukte
aller Art:



68%

Lebensmittel:



75%

... der Befragten erwarten eine **komplette Herstellung in Österreich** (inkl. österreichischer Rohstoffe), **wenn** entsprechende Produkte als „**österreichisch**“ oder „**Made in Austria**“ ausgelobt werden.



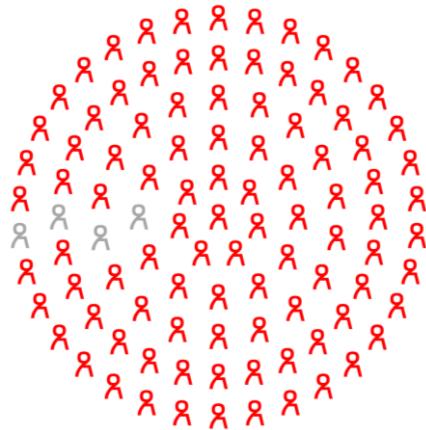
„Regional“

kein klares Bild bei der Distanz, aber :

- Die Hälfte erwartet max. 100 km
→ 96 % zumindest aus Ö
- 2/3 erwarten Rohstoffe aus und Verarbeitung in der Region
- 1/5 erwartet Futter aus Region (tier. LM)
→ 3/4 Futter zumindest aus Ö

Regionalität

Wenn Lebensmittel als „regional“ oder „aus der Region“ kommend bezeichnet werden, dann erwarten...



96%

...dass diese Lebensmittel zumindest aus Österreich kommen.



48%

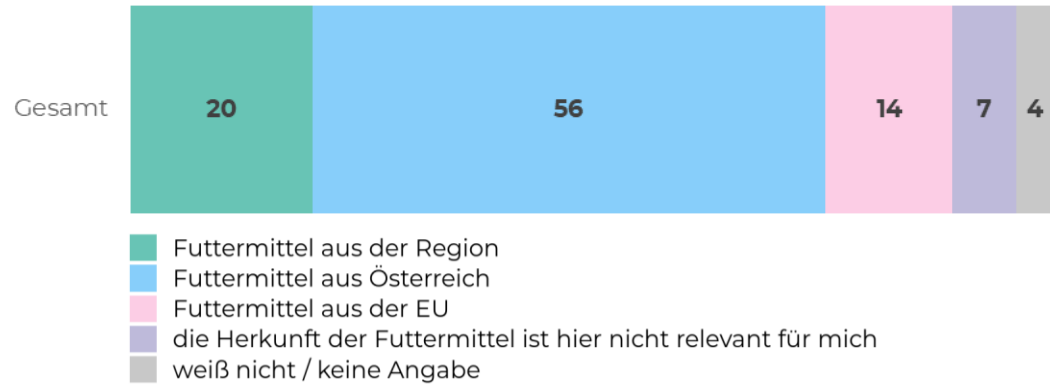
...dass diese Lebensmittel aus einem Umkreis von max. 100km kommen.



65%

...dass die gesamte Wertschöpfungskette der Region zuzuschreiben ist (Rohstoffe aus der Region, Verarbeitung in der Region).

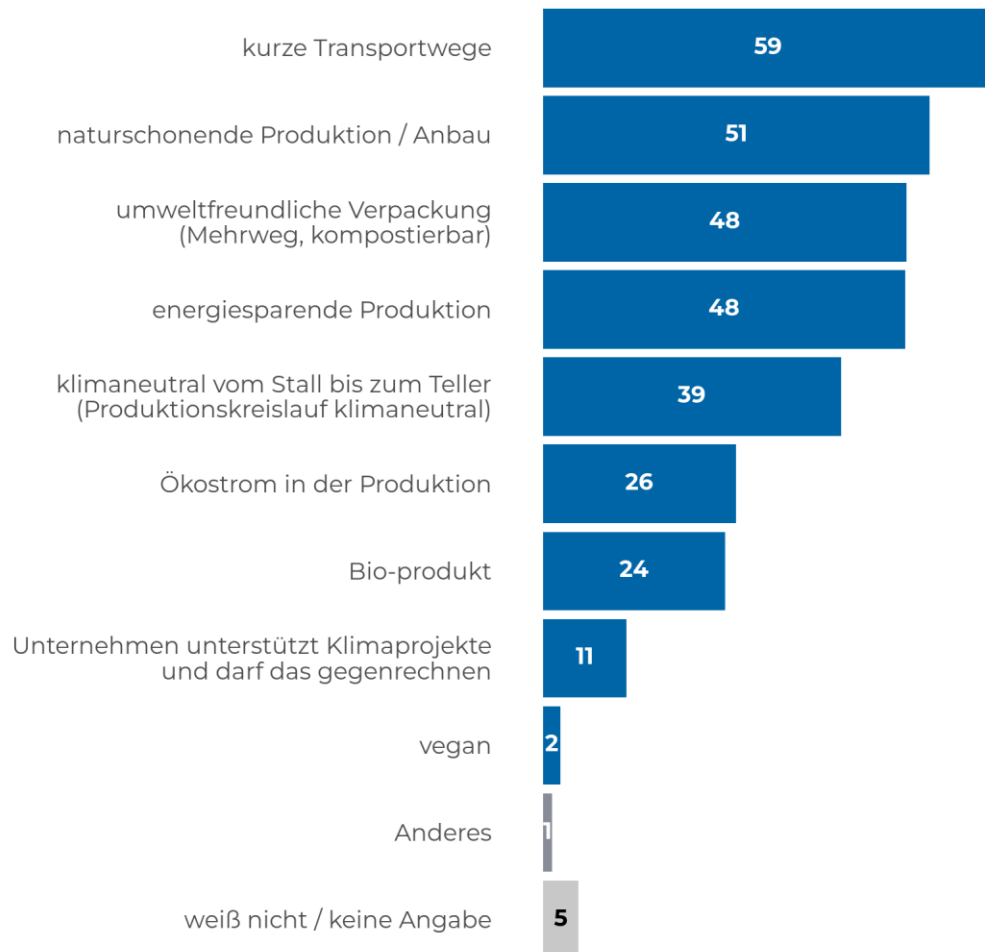
Regionale Lebensmittel: Herkunft der Futtermittel



Wenn Fleisch, Milch, Eier, Fisch oder Produkte daraus als 'regional' ausgelobt werden, was erwarten Sie sich hinsichtlich der Fütterung der Tiere?

Basis: Gesamt, n = 800

Erwartungen hinsichtlich Klimafreundlichkeit



Erwartungen hinsichtlich „klimaneutraler“ oder „klima-freundlicher“ Produkte

f18: Was erwarten Sie sich, wenn Sie 'klimaneutral' oder 'klimafreundlich' auf Produkten lesen?(Mehrfachantwort möglich)

Basis: Gesamt, n = 800

Weiterführende Informationen

- Studie Teil I - Herkunft und Tierwohl (inkl. Video der Pressekonferenz)
<https://wien.arbeiterkammer.at/tierwohl>
- Studie Teil II – Klima und Natürlichkeit
<https://wien.arbeiterkammer.at/verbrauchererwartungen>

The screenshot shows the website <https://wien.arbeiterkammer.at/tierwohl>. The navigation menu includes: MEINE SITUATION, BERATUNG, INTERESSENVERTRETUNG (highlighted), SERVICE, and ÜBER UNS. The main content area features a large image of cows in a field. The article title is "AK Umfrage: Hohe Erwartungen bei Regionalität und Tierwohl!" dated 27.3.2023. The text states: "Eine repräsentative Ifes Umfrage zeigt: Konsument:innen haben bei Werbung mit Österreich, bei Regionalangaben und beim Tierwohl sehr hohe Erwartungen, die die Produkte oft nicht erfüllen – Gesetzgeber und iWerteWirtschaft". A sidebar on the left lists categories: WIRTSCHAFT & VERTEILUNGSGERECHTIGKEIT, Betriebswirtschaft, Energiepolitik, and Konsument. The "INHALT" sidebar lists: Videorückblick, Konsument:innen- und Tierschutz wichtig, „Made in Austria“, Österreich-Werbung bei Lebensmitteln, and Rohstoffe und Wertschöpfung.

The screenshot shows the website <https://wien.arbeiterkammer.at/verbrauchererwartungen>. The navigation menu includes: MEINE SITUATION, BERATUNG, INTERESSENVERTRETUNG (highlighted), SERVICE, and ÜBER UNS. The main content area features a large image of cows in a field. The article title is "Konsumenten setzen bei Lebensmitteln auf klimafreundliche Herstellung" dated 22.6.2023. The text states: "Kurze Transportwege, naturnahe Herstellung vom Feld/Stall bis zum Teller, umweltfreundliche Verpackungen und energiesparende Produktionen – drei von vier Konsument:innen ist eine klimafreundliche Herstellung bei Lebensmitteln wichtig. Das zeigt eine repräsentative Umfrage vom Marktforschungsinstitut Ifes für die AK. Die AK verlangt EU-weite Regeln für Umweltaussagen, also „Green Claims“ und ein Verbot von unklaren Aussagen und Klima-Angaben, die auf Kompensationen beruhen". A sidebar on the left lists categories: WIRTSCHAFT & VERTEILUNGSGERECHTIGKEIT, Betriebswirtschaft, Energiepolitik, and Konsument. The "INHALT" sidebar lists: Was die Konsument:innen erwarten, Klare gesetzliche Regeln für Umweltaussagen!, Anreize für gesunde Ernährung schaffen, and Unsere Forderungen. A "DOWNLOAD" section is also visible.