

LANDWIRTSCHAFT OHNE TIERE - BRAUCHT ES EIN BIO-VEGANES LABEL?



Semesterarbeit 2

von

Maag Tasmin

Bachelorstudiengang 2017

Abgabedatum 16.07.2020

Studienrichtung Umweltingenieurwesen

Fachkorrektorin:

Schmitt, Emilia

ZHAW, Grüental, 8820 Wädenswil

Zweitkorrektorin:

Kray, Patricia

ZHAW, Grüental, 8820 Wädenswil

Impressum

Zitervorschlag: Maag, T. (2020). Landwirtschaft ohne Tiere - Braucht es ein bio-veganes Label?, Semesterarbeit, Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW), Wädenswil

Schlagworte: bio-vegan, biologisch-vegan, biozyklisch-vegan, Label, Landwirtschaft

Titelbild: Gemüsefeld (colourbox.de, 2020)

Adresse Institut: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW
Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen IUNR
Grüntal, Postfach
CH-8820 Wädenswil

Zusammenfassung

Es gibt immer mehr Veganer weltweit und auch in der Schweiz ist ein Trend zu sehen. Im Schweizer Handel werden bereits einige Labels verwendet, welche die vegane Verarbeitung von Konsumgütern prüfen und dem Konsumenten ersichtlich machen. Ein veganes Label prüft jedoch nicht, wie die Produkte aus der Landwirtschaft produziert bzw. angebaut werden. Im Ausland existieren für den veganen Landbau bereits entsprechende Labels. Ein solches Label nennt sich bio-vegan.

In der Schweiz gibt es bis anhin noch kein Label für bio-vegane Produkte und es ist daher für den Konsumenten im Laden nicht ersichtlich, ob ein Produkt vegan produziert wurde oder nicht.

Ziele vorliegender Arbeit waren eine Analyse der bestehenden Labels zur veganen Landwirtschaft und eine Prüfung des Marktpotentials eines bio-vegan Labels in der Schweiz.

Nach einer Literaturrecherche wurde eine qualitative Forschung anhand von durchgeführten teilstrukturierten Leitfaden-Interviews geführt. Befragt wurden sechs Veganer und sechs Flexigener. Ausserdem wurden zwei vegan wirtschaftende Landwirte und zwei ausschliesslich biologisch wirtschaftende interviewt. Zusätzlich wurden Bio Suisse und bio.inspecta für eine Stellungnahme angefragt. Ein Grossteil der befragten Konsumenten würde Produkte mit einem bio-vegan Label kaufen und beim Einkauf auf dieses Label achten. Die Mehrheit wünscht sich jedoch mehr Informationen darüber. Gemäss Aussagen der Landwirte bräuchte es mehr Betriebe, welche bio-vegan produzieren, damit sich ein solches Label lohnen würde.

Die Resultate dieser Arbeit zeigen, dass die Mehrheit aller Befragten Konsumenten wie auch Produzenten denken, dass die Landwirtschaft sich in eine vegane Richtung bewegen muss. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass es genug Konsumenten gibt, welche Produkte mit einem bio-veganen Label kaufen würden. Gemäss den Produzenten ist der Markt jedoch noch zu klein, damit sich ein bio-vegan Label wirtschaftlich lohnen würde.

Es ergeben sich die Hypothesen, dass es einen Bedarf nach einem Label für vegane Produktionsweisen seitens der Schweizer Konsumenten gibt, aber der Bedarf von der Produzentenseite noch zu gering ist.

Es wird vermutet, dass bei einem grösseren Interesse nach bio-veganen, die Produzenten reagieren und auf veganen Landbau umstellen.

Abstract

There are more and more vegans worldwide and there is also a trend to be seen in Switzerland. In Swiss retail, some labels are already being used to check the vegan processing of consumer goods and make it clear to the consumer. However, a vegan label does not check how the agricultural products are produced or cultivated. In other countries there are already corresponding labels for vegan agriculture. One such label is called bio-vegan.

In Switzerland there is no label for organic vegan products yet and therefore it is not visible for the consumer in the shop whether a product has been produced vegan or not.

The aim of this study was to analyse the existing labels on vegan agriculture and to examine the market potential of a bio-vegan label in Switzerland.

After a literature review, qualitative research was conducted using semi-structured guideline interviews. Six vegans and six flexigans were interviewed. Furthermore, two vegan farmers and two organic farmers were interviewed. In addition, Bio Suisse and bio.inspecta were asked for their opinion. A large proportion of the consumers surveyed would buy products with a bio-vegan label and would look for this label when making purchases. However, the majority would like more information on this. According to the farmers' statements, more farms producing bio-vegan would be needed for such a label to be worthwhile.

The results of this study show that the majority of all consumers as well as producers think that agriculture must move in a vegan direction. The results indicate that there are enough consumers who would buy products with an organic-vegan label. However, according to the producers, the market is still too small for a bio-vegan label to be economically viable.

The hypotheses arise that there is a demand for a label for vegan products from Swiss consumers, but the demand from the producers is still too small.

It is assumed that if there is a greater interest in organic vegans, producers will react and switch to vegan agriculture.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	3
Abstract	4
Inhaltsverzeichnis	5
Liste der Abkürzungen	7
1 Einleitung.....	8
1.1 Motivation und Forschungsfragen.....	8
1.2 Definition (Bio-) vegane Landwirtschaft.....	9
1.3 Labels.....	10
2 Methodische Vorgehensweise	12
2.1 Literaturrecherche.....	12
2.2 Erhebung des Marktpotentials	12
2.2.1 Interviewfragen	12
2.2.2 Auswahl und Beschreibung der befragten Gruppen.....	13
2.2.3 Auswertung der Interviews.....	14
3 Resultate	16
3.1 Bestehende Labelangebote im Ausland.....	16
3.1.1 England	16
3.1.2 Deutschsprachiger Raum	17
3.2 Nachfrage seitens der Konsumenten	20
3.2.1 Kurzbeschreibung der befragten Konsumente	20
3.2.2 Wissensstand	21
3.2.3 Einkauf	22
3.2.4 Labels.....	24
3.2.5 Biologischer Anbau.....	25
3.2.6 Bio-vegan Label.....	26
3.3 Nachfrage seitens der Produzenten.....	28
3.3.1 Kurzbeschreibung der befragten Landwirtschaftsbetriebe.....	28
3.3.2 Aktuelle Situation	28
3.3.3 Einschätzung der bio-veganen Landwirtschaft.....	29

3.3.4	Einschätzung der Nachfrage.....	30
3.3.5	Bio Suisse.....	31
3.4	Zusammenfassung der Resultate	31
3.4.1	Konsumenten	31
3.4.2	Produzenten	32
4	Diskussion	33
4.1	Diskussion der Resultate	33
4.2	Diskussion der Methode	34
5	Literaturverzeichnis.....	35
	Verzeichnis der Bilder	38
	Verzeichnis der Tabellen.....	39
	Anhang	40
	Anhang 1: Plagiatserklärung.....	41
	Anhang 2: Transskript Interviews und E-Mails.....	42
	Anhang 3: Poster.....	66

Liste der Abkürzungen

bio

bio-vegan

BNS

VON

biologisch

biologisch-vegan

Biocyclic Network Services Ltd.

Vegan Organic Network

1 Einleitung

1.1 Motivation und Forschungsfragen

Immer mehr Leute ernähren sich vegan (Swissveg, 2020a). Laut Swissveg gibt es einen stetigen Zuwachs an Veganern in der Schweiz (Swissveg, 2020a).

Ein Veganer lehnt alle Lebensmittel tierischen Ursprungs ab und ernährt sich daher pflanzlich (Englert et al., 2016, S. 15). Veganer meiden meist alle Gebrauchsgegenstände und Konsumgüter, die Rohstoffe von Tieren enthalten (z.B. Leder, Wolle, Seide, Daunen usw.) (Englert et al., 2016, S. 15). Auch Produkte mit tierischen Zusätzen wie Bienenwachs, Chitin, Gelatine und Karmin werden abgelehnt. Die vegane Lebensweise hat häufig mehrere Gründe (Englert et al., 2016, S. 15). Meist sind diese ethischen Ursprungs. Viele Veganer haben auch tierrechtliche, ökologische oder gesundheitliche Motive (Englert et al., 2016, S. 15).

Einige Studien belegen, dass der Sektor der Tierhaltung weltweit hohe Treibhausgas-Emissionen verursacht und damit den Klimawandel vorantreibt (Swissveg, 2020b). Bereits 1996 analysierten Steinfeld, de Haan & Blackburn (1996) die Auswirkungen der Viehzucht auf die Umwelt. Die Ergebnisse dieser Studie bestätigen, dass die Viehzucht mit einer hohen Umweltauswirkung einhergeht (Steinfeld et al., 1996). Eine weitere Studie kommt zum Schluss, dass 20 Prozent der Treibhausgasemissionen aus der Landwirtschaft stammen (Hertwich et al., 2010).

Die Nachfrage nach veganen Produkten wächst stetig (Albert Schweitzer Stiftung, 2018). Der weltweite Markt für Fleischalternativen beläuft sich laut der Albert Schweitzer Stiftung auf 4,63 Mrd. US-Dollar (Albert Schweitzer Stiftung, 2018). Bis 2023 wird er gemäss der Studie von ResearchAndMarkets.com zufolge auf 6,3 Mrd. Dollar anwachsen (Research and Markets, 2018).

In der Landwirtschaft werden oft tierische Hilfsstoffe eingesetzt (Pichler, 2014). Auch im biologischen Anbau beispielsweise wird häufig mit tierischem Dünger gearbeitet (Bonzheim, 2014). Tierische Extremstoffe verursachen Ammoniak-, Methan- sowie Lachgasemissionen (Bundesamt für Umwelt, 2019). 93% der Schweizer Ammoniakemissionen stammen aus der Landwirtschaft, hauptsächlich durch die Tierhaltung (Bundesamt für Umwelt, 2019). 43% der Tierhaltungsemissionen in der Schweiz entstehen durch das Ausbringen von Gülle und Mist (Bundesamt für Umwelt, 2019).

Das Anbausystem der bio-veganen Landwirtschaft arbeitet ausschliesslich mit pflanzlichen Hilfsstoffen und Ressourcen (Bonzheim, 2014). In der Schweiz gibt es bis anhin noch kein bio-veganes Label und es ist daher für den Konsumenten im Laden nicht ersichtlich, ob ein Produkt vegan produziert wurde oder nicht.

Ziel dieser Arbeit ist herauszufinden, ob es ein bio-veganes Labelangebot in der Schweiz braucht.

Die **Forschungsfragen** dieser Arbeit sind:

- Welche bestehenden Labels zur "bio-vegane" Landwirtschaft gibt es bereits und wie erfolgreich sind diese?
- Gibt es seitens der Schweizer Konsumenten einen Bedarf nach einem Label für vegane Produktionsweisen?
- Gibt es seitens der Schweizer Bio-Produzenten Bedarf nach einem Label?

Die Definition der veganen Landwirtschaft wird in der Einführung in 1.2 dieser Arbeit erläutert. Zudem wird der Begriff Label in 1.3 erklärt. Die Methodischen Grundlagen befinden sich in 2.1 und 2.2. Die Erhebung und der Vergleich bestehender Labelangebote im Ausland werden in den theoretischen Grundlagen 3.1 erläutert. Mithilfe von qualitativen Interviews mit Schweizer Konsumenten und Schweizer Bio-Produzenten wird das Marktpotential eines bio-vegan Labels in der Schweiz analysiert. Dies ist in 3.2, 3.3 und 3.4 zu finden. Abschliessend befindet sich die Diskussion der Resultate sowie der Methode in 4.1 und 4.2.

1.2 Definition (Bio-) vegane Landwirtschaft

In gängigen Anbaumethoden werden tierische Hilfsstoffe wie beispielsweise Fäkaliendüngung oder Tierkörpermehl aus Horn, Haar etc. eingesetzt (Swissveg, 2019). Diese Lebensmittel sind in der Produktion nicht vegan (Swissveg, 2019).

Tabelle 1: Tierische Hilfsstoffe und deren Verwendungszwecke (Pichler, 2014)

Tierischer Hilfsstoff	Verwendungszweck
Hornspäne	Düngung
Gülle	Düngung
Mist	Düngung
Haar- und Federabfälle	Düngung
Haltung von Bienen	Bestäubung
Nützlinge	Bekämpfung von Schädlingen
Bienenwachs	Veredelung Obst
Schellack	Veredelung Obst

Ein viehloser Landwirtschaftsbetrieb definiert sich durch einen bewussten Verzicht auf Vieh (Zumwald, 2017). Ein veganer Betrieb hingegen verzichtet nicht nur auf eine Tierhaltung sondern auch auf tierische Hilfsmittel wie beispielsweise den Einsatz tierischer Dünge- oder Pflanzenbehandlungsmittel und nehmen dadurch ökonomische Nachteile wie Mehrkosten oder Risiken in Kauf (Bonzheim, 2014). Ohne tierische Bestandteile zu produzieren setzt daher eine idealistische Einstellung voraus (Bonzheim, 2014). In der viehlosen Landwirtschaft werden tierische Hilfsstoffe benutzt (Zumwald, 2017).

Der bio-vegane Landbau umfasst vor allem den biologischen Landbau, da konventionelle Betriebe eher nach keiner idealistischen Motivation wirtschaften (Bonzheim, 2014). Da biologische Landwirtschaftsbetriebe oft aus umweltbewussten Beweggründen den biologischen Landbau gewählt haben, ist es naheliegender, dass eher die Bio-Landwirte als die konventionellen Landwirte an veganem Landbau interessiert sind (Bonzheim, 2016). Eine Landwirtschaft, welche die beiden Ansprüche biologisch und vegan zu wirtschaften zusammenführt, wird biologisch-vegan oder bio-vegan genannt (Bonzheim, 2014).

Diese Arbeit bezieht sich zum grössten Teil auf den bio-vegane Anbau, da keine konventionellen Betriebe in der Schweiz gefunden wurden, welche am veganen Landbau interessiert sind.

Im bio-vegane System werden als Alternative zu tierischen Düngemitteln zur Förderung der Bodenfruchtbarkeit vor allem die Gründüngung, Mulch sowie rein pflanzlicher Kompost verwendet (Bonzheim, 2016).

Zudem fällt bei bio-vegan der Einsatz von tierischem Wachs weg. Laut den EU-Richtlinien ist die Nachbehandlung mit Stoffen wie Bienenwachs und Schellack auch in der Schweiz erlaubt (Schweizer Obstverband, 2018). Bienenwachs ist zwar vegetarisch aber nicht vegan und Schellack ist weder noch, da er von und aus Lackschildläusen produziert wird und diese dabei getötet werden (Schweizer Obstverband, 2018).

Ein bio-vegane Landbau bringt einige Herausforderungen mit sich (Bonzheim, 2014). Zum Erhalt der Bodenfruchtbarkeit ist in der bio-vegane Landwirtschaft die Gründüngung sowie das Mulchen sehr wichtig (Bonzheim, 2014). Gründüngung unterstützt die Bildung von Humus und wirkt gegen Bodenerosion (Bonzheim, 2014). Die Pflanzen werden nicht geerntet, sondern gemulcht. Da die Stilllegung durch eine Gründüngung keine Marktleistung erbringt, birgt dies ein wirtschaftliches Risiko (Bonzheim, 2014).

1.3 Labels

Ein Label ist ein Hinweis auf bestimmte Eigenschaften oder besondere Qualitäten eines Produktes oder einer Dienstleistung (Schweizerische Normenvereinigung (SNV), 2003). Labels können in die Labeltypen Gütesiegel und Deklarationen unterteilt werden (Labelinfo.ch, 2020). Eine Deklaration geht vom fertigen Produkt aus und hebt ausgewählte Produkteigenschaften mit einem Wort- oder Bildzeichen hervor (Schweizerische Normenvereinigung (SNV), 2003). Ein Gütesiegel basiert auf genau definierten Kriterien, die regelmässig überarbeitet werden (Labelinfo.ch, 2020). Diese Standards bilden die Grundlage für die Herstellung und Verarbeitung eines Produktes, das Anbieten einer Dienstleistung oder den Aufbau eines Managementsystems (Labelinfo.ch, 2020). Eine unabhängige, akkreditierte Kontrollstelle überprüft regelmässig die Einhaltung der Kriterien (Labelinfo.ch, 2020).

Ein Label bietet dem Konsumenten eine Orientierung. Dies aber nur wenn es glaubwürdig erscheint. Denn die Ansprüche der Verbraucher an ein Label sind hoch. Die Befragung von Kantar EMNID (2016) in Bezug auf die Wirkung von Siegeln bzw. Labels hat gezeigt, dass Konsumenten Labels bevorzugen, über die sie informiert sind. Bei diesen sind auch die Erwartungen an die Kriterien höher. (Kantar EMNID, 2016, S. 16)

Damit ein Label vertrauenswürdig ist, müssen verschiedene Aspekte berücksichtigt werden. Zum einen braucht ein Label Transparenz. Das heisst, dass der Mehrwert tatsächlich erbracht wird und belegt werden kann. Ausserdem sollten die Kriterien regelmässig von Kontrollstellen überprüft werden. Zudem erhöht eine Zertifizierung durch eine Akkreditierungsstelle die Glaubwürdigkeit eines Labels. (Herrmann et al., 2015, S. 5)

Der Umsatz vieler Labelprodukte ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Vor allem der Schweizer Biomarkt hat profitiert (Herrmann et al., 2015, S. 5,6). Der Schweizer Konsument gibt durchschnittlich mehr als 200 Schweizer Franken für Bioprodukte aus (Herrmann et al., 2015, S. 5,6). Bio Suisse geht davon aus, dass die zunehmende vegetarische und vegane Ernährung zu einem solchen Umsatz beiträgt (Bio Suisse, 2014).

2 Methodische Vorgehensweise

2.1 Literaturrecherche

Folgende Bibliothekskataloge/Datenbanken wurden für die Literaturrecherche online abgefragt:

- NEBIS: Suche nach Büchern, Zeitschriften und Artikel (<http://recherche.nebis.ch>)
- Google Scholar (scholar.google.ch)

In NEBIS und Google Scholar wurden die meisten zitierten Quellen dieser Arbeit gefunden.

Die Suche nach möglichen Schlagwörtern erfolgte anhand des Hauptthemas bio-vegan und dessen Definition.

Es wurden folgende Schlagwörter ausgewählt:

- Label
- bio-vegan
- Landwirtschaft

Kombinierte als auch einzelne Schlagwörter ergaben eine gute Trefferquote um Quellen für diese Arbeit zu finden.

2.2 Erhebung des Marktpotentials

Um das Marktpotential eines bio-veganen Labels in der Schweiz zu ermitteln, wurden qualitative Interviews mit landwirtschaftlichen Betrieben sowie mit Veganern und Flexiganern (vgl. 2.2.2) geführt. Die Interviews wurden teilstrukturiert nach Helfferich (2011) gehalten. Für alle Befragungen wurde ein Transskript geführt.

Teilstrukturierte Befragungen basieren auf einem vorbereiteten Leitfaden mit offenen Fragen, welche mehr oder weniger flexibel sein können. (Helfferich, 2011, S. 36)

2.2.1 Interviewfragen

Der Interviewleitfaden sowie die Transkripte befinden sich im Anhang dieser Arbeit.

Die Interviewfragen wurden den Teilnehmern bewusst vorher nicht kommuniziert, um eine spontane Reaktion auf die Fragen zu erhalten.

Die Leitfäden wurden von der Autorin konzipiert.

Befragung Veganer und Flexiganer

Der Leitfaden gliedert sich in fünf Themenbereiche: Definition, Einkauf, Haltung zu Labels, Haltung zu biologischem Anbau und bio-vegan Label.

Als erstes wurden Fragen zur Person gestellt, um persönliche Merkmale zu erfassen.

Die nächste Frage hatte das Ziel, zu untersuchen, was der Befragte unter dem Begriff "bio-vegan" versteht.

Darauffolgend wurde eine Frage zum Einkaufsverhalten der Teilnehmer gestellt, um zu analysieren, worauf der Befragte beim Einkaufen achtet.

Im nächsten Frageblock wurde gefragt, ob und welche Labels der Befragte bevorzugt und weshalb. So konnte die Haltung gegenüber spezifischen Labels untersucht werden.

Danach wurde gefragt, ob der Teilnehmer auf biologischen Anbau achtet und weshalb ja oder nein. Damit konnten die Gründe für den Einkauf von biologischem Einkauf analysiert werden.

Am Schluss wurde die Haltung zu einem bio-veganen Label untersucht und dazu gefragt, ob der Befragte nach diesem Interview ein solches Label in Betracht ziehen würde.

Befragung landwirtschaftliche Betriebe

Der Leitfaden gliedert sich in fünf Themenbereiche: Labels, bio-vegan Label, Motive für biologischen Anbau und Einschätzung der Nachfrage.

Als erstes wurden Fragen zum Betrieb gestellt, um einen Einblick in die betrieblichen Rahmenbedingungen zu erhalten

Am Anfang des Interviews wurde ein Frageblock zu Labels gestellt. Das Ziel war die Analyse, ob der Befragte von Labels profitiert und welche er auf seinem Betrieb zertifiziert hat.

In einem nächsten Frageblock wurde gezielt gefragt, ob der Befragte ein bio-veganes Label in Betracht ziehen würde und ob es einen Umsatzanstieg bedeuten würde. Dies hatte zum Ziel, das Interesse zu einem bio-veganen Label zu untersuchen.

Abschliessend wurde die Einschätzung der Nachfrage von der Konsumentenseite her in einem Frageblock analysiert.

2.2.2 Auswahl und Beschreibung der befragten Gruppen

Es wurden verschiedene Interviews mit jeweils sechs Veganern und sechs Flexiganern geführt. Folgende persönliche Merkmale wurden zu Beginn der Befragung aufgenommen:

Tabelle 2: Anonyme persönliche Merkmale eines Gesprächspartners

Name	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Veganer1	Vegan, seit 2, 5 Jahren	28	W	Juristin

Zudem wurden Befragungen mit landwirtschaftlichen Betrieben durchgeführt. Zu Beginn wurden folgende betriebsspezifische Merkmale aufgenommen:

Tabelle 3: Anonyme Merkmale eines befragten Landwirtes

Name	Anbau
Landwirt1	Ausschliesslich vegan und Bio zertifiziert.

Beschreibung und Auswahl Veganer

Die Definition des Veganismus befindet sich in Kapitel 1.1.

Alle befragten Veganer wurden über die Plattform Facebook gefunden. Dafür wurde eine Anzeige in einer Gruppe mit Veganern inseriert. Es wurden insgesamt sechs Interviews mit Videochat oder Telefon über Facebook durchgeführt. Die Interviews konnten aufgrund der COVID-19-Pandemie nicht physisch durchgeführt werden.

Beschreibung und Auswahl Flexiganer

Ein Flexiganer konsumiert weniger tierische Produkte als eine Durchschnittsperson. Diese Ernährungsform wird daher auch teilzeit-vegan genannt. Flexiganer leben gerne vegan, machen aber ab und zu Ausnahmen mit tierischen Produkten. Diese Ausnahmen werden sowohl qualitativ als auch quantitativ sehr flexibel gehandhabt. (Englert et al., 2016, S. 16–17)

Einige befragte Flexiganer wurden wie alle Veganer über die gleiche Facebook-Gruppe gefunden. Ca. ein Drittel der Befragten sind Bekannte der Autorin. Die restlichen Teilnehmer wurden durch die bereits befragten Veganer und Flexiganer empfohlen. Wie die Interviews mit den Veganern konnten auch die mit den Flexiganern, wegen der COVID-19-Pandemie, nicht physisch stattfinden

Beschreibung und Auswahl landwirtschaftliche Betriebe

Insgesamt wurden vier landwirtschaftliche Betriebe interviewt. Ein Landwirtschaftsbetrieb wurde dem Autor von einem befragten Veganer empfohlen. Die restlichen Betriebe wurden mithilfe von Terraviva AG, einer Bio-Produzentenorganisation in der Schweiz, gefunden. Auch diese Befragungen haben aufgrund der COVID-19-Pandemie nicht physisch stattgefunden. Zwei Betriebe produzieren komplett bio-vegan, wobei die anderen nur biologisch wirtschaften.

2.2.3 Auswertung der Interviews

Die Interviews wurden nach Kuckartz (2018) ausgewertet. Die qualitative Inhaltsanalyse umfasst vier Phasen:

1. Transkription,
2. Einzelanalyse,

3. generalisierende Analyse und

4. Kontrollphase. (Kuckartz, 2018, S. 23)

Die Interviews wurden alle transkribiert. In einem nächsten Schritt wurden die Befragungen einzeln analysiert. Diese Einzelanalyse dient zur Verdichtung und Konzentration der Daten (Kuckartz, 2018, S. 23). Dazu wurden die nebensächlichen Passagen gestrichen und die Zentralen hervorgehoben.

In einem nächsten Schritt wurde die generalisierende Analyse vorgenommen. Dazu wurden die Interviews miteinander verglichen. Es wurden Gemeinsamkeiten und Unterschiede gesucht.

Zum Schluss wurde in der Kontrollphase geprüft, ob die Ergebnisse der dritten Phase mit dem Ursprungsmaterial (den transkribierten Interviews) übereinstimmen. War dies nicht der Fall, wurde nach den Fehlerursachen gesucht und notwendige Verbesserungen durchgeführt.

3 Resultate

3.1 Bestehende Labelangebote im Ausland

3.1.1 England

Den Anfang der biologisch-veganen Bewegung in Europa machte 1996 das Vegan Organic Network (VON) in England (Vegan Organic Network, 2020). Das Vegan Organic Network ist eine gemeinnützige Organisation und wurde von David Stringer und Jane und David Graham zusammen mit vielen weiteren Veganern und kleineren Kreisen wie VIVA!, The Vegan, Vegan views and VEGAN gegründet (Vegan Organic Network, 2020). Die Ziele dieser Organisation sind (Vegan Organic Network, 2020):

- Die Öffentlichkeit darüber aufzuklären, wie ihre Lebensmittel angebaut werden.
- Die Vernetzung mit Bauern vor Ort und auf der ganzen Welt.
- Die Methoden und Standards für den veganen Anbau zu spezifizieren und es den Bauern zu ermöglichen, sich nach diesen Standards zertifizieren zu lassen.
- Unterstützung von Demonstrations-, Bildungs- und Forschungszentren für den veganen Anbau.
- Förderung des veganen Anbaus in kleinem Massstab sowie des kommerziellen Anbaus.
- Unterstützung von Landwirten, die auf veganen Anbau umstellen wollen, und von Einzelpersonen, die lernen wollen, wie man vegan anbaut.
- Kampagne für ein veganes Standardlabel auf den Produkten.

Gemeinsam mit der britischen Soil Association verabschiedete das VON im Jahr 2004 die Anbau-richtlinien „Stockfree-Organic Standards“ für bio-vegan wirtschaftende Landwirte und Gärtner (Vegan Organic Network, 2012). Für die Zertifizierung dieses Labels ist die Soil Association Certification Ltd (SA Cert) zuständig (Bonzheim, 2014). Das Stockfree-Organic Symbol gewährleistet dem Verbraucher, dass für das gekennzeichnete Produkt keine Tiere, Menschen oder die Umwelt für die Lebensmittelherstellung ausgebeutet wurde (Vegan Organic Network, 2012). Ein Standard ist unter anderem das Verbot von Tieren als Zweck für die Lebensmittelproduktion oder sonstiger kommerzieller Gewinnabsichten. Ausserdem darf kein tierischer Dünger oder Erzeugnisse tierischen Ursprungs (auch Fisch) eingesetzt werden (Vegan Organic Network, 2012). Die Richtlinien umfassen zudem Empfehlungen und Auflagen zur Bodenfruchtbarkeit, Nährstoffversorgung, Fruchtfolgegestaltung, Schädlings- und Beikrautbekämpfung und zum Umweltschutz (Vegan Organic Network, 2012).



Abbildung 1: Logo Vegan Organic Network (VON) („Vegan Organic Network“, o. J.)

3.1.2 Deutschsprachiger Raum

Im deutschsprachigen Raum wurde 2016 der Verein Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. (BIO.VEG.AN.) gegründet und Richtlinien für eine bio-vegane Landwirtschaft definiert. Das Ziel des Vereins ist, die nachhaltige und tierethische Form der Landbewirtschaftung bekannt zu machen, zu fördern und sich für eine Verbreitung im deutschsprachigen Raum stark zu machen (Biozyklisch-Veganer Anbau e.V., 2017). Das Label und die Richtlinien dieses Vereins sind zusätzlich patentiert, eingetragen und geschützt (Kugelman, 2020). Bis heute produzieren sechs Landwirtschaftsbetriebe nach den Richtlinien nach Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. (Kugelman, 2020). Es ist jedoch noch kein Betrieb zertifiziert (Kugelman, 2020). Kugelman glaubt, der Grund liegt in der noch zu geringen Nachfrage nach bio-vegane Produkten (Kugelman, 2020).

Die Biozyklisch-Veganen Richtlinien wurden 2017 durch den weltweit tätigen Biodachverband IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) anerkannt (IFOAM, 2020).

Aufgrund einer einseitigen Kündigung der Kooperations- und Lizenzvereinbarung der Lizenzverwalterin BNS Biocyclic Network Services Ltd. durch den 1. Vorsitzenden, verliess die Mehrheit der Mitglieder den Verein Biozyklisch-Veganer Anbau e.V.. Ende 2018 wurde der neue Verein Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. mit gleicher Zielsetzung gegründet. Die Herausgeberin der Biozyklisch-Veganen Richtlinien und Eigentümerin des biozyklisch-vegane Gütesiegels ist die Adolf-Hoops-Gesellschaft mbH, Berlin. Die BNS Biocyclic Network Services Ltd., Zypern, ist für die Abwicklung aller operativen Vorgänge wie Kooperations- und Lizenzvereinbarungen, Zeichennutzungsvereinbarungen und Zertifizierungsfragen zuständig. (Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V., 2020a)



Abbildung 2: Logo des Vereins Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. (Biozyklisch-Veganer Anbau e.V., 2017)



Biocyclic Vegan Standard
Biozyklisch-Vegane Richtlinien
Standard Biocyclique Végétalien
Πρότυπο Βιοκυκλικής Φυτοπονίας

Abbildung 3: Logo des biozyklischen Anbaus (BNS Biocyclic Network Services Ltd., 2019)

Die Richtlinien der beiden Vereine sind nahezu identisch (Kugelman, 2020). Das Ziel der biozyklischen Standards ist die Erhaltung bzw. Wiederherstellung gesunder Lebenskreisläufe (gr.: „bios“=Leben+„kyklos“=Kreislauf) (BNS Biocyclic Network Services Ltd., 2019). Diese wichtigsten Prinzipien sind der ganzbetriebliche Ansatz, das Verbot von Dung und anderen Hilfsstoffen tierischer Herkunft, Pflanzenschutz durch Humusaufbau, die Förderung der Artenvielfalt sowie eine geschützte Feldlage (BNS Biocyclic Network Services Ltd., 2019).

Im Gegensatz zu den Richtlinien der VON sind gezüchtete Nützlinge erlaubt sofern der Ertrag oder die Qualität durch einen pathogenen Organismus gefährdet ist (BNS Biocyclic Network Services Ltd., 2019).

Die Adolf-Hoops-Gesellschaft mbH wurde 2019 von den Mitautoren der Biozyklisch-Veganen Richtlinien Arne Hoops, Dr. agr. Johannes Eisenbach und Axel Anders gegründet (Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V., 2020b). Das Ziel war ihre privaten Rechtsansprüche an den Richtlinien und am Gütesiegel in eine neutrale, nicht-gewinnorientierte Rechtsform einzubringen (Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V., 2020b). Die Adolf-Hoops-Gesellschaft mbH trägt ihren Namen in Erinnerung an Adolf Hoops (Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V., 2020b). Adolf Hoops gilt als Öko-Pionier für den biozyklischen Bio-Anbau (BNS Biocyclic Network Services Ltd, 2020). Er machte ab 1953 wichtige Erkenntnisse zur Bodenfruchtbarkeit und Mischkultur (BNS Biocyclic Network Services Ltd, 2020). Dr. agr. Johannes Eisenbach begann 1995 südlich von Kalamata, Griechenland, biozyklische Anbauversuche (BNS Biocyclic Network Services Ltd, 2020). Die

ersten nach den "Biozyklisch-Veganen Richtlinien" zertifizierten Betriebe sind in Griechenland und Zypern (BNS Biocyclic Network Services Ltd, 2020). Diese Betriebe gehören dem Bio-Betriebsnetz „Panhellenic Biocyclic Vegan Network“ an (BNS Biocyclic Network Services Ltd, 2020).

Das biozyklisch-vegane Label des BNS ist auf dem derzeitigen Markt noch selten gelistet (Bonzheim, 2020). Es braucht noch mehr Aufklärungs- und Sensibilisierungsarbeit (Bonzheim, 2020).

Tabelle 4: Anzahl Produzenten, welche nach den biozyklisch-veganen Richtlinien des BNS zertifiziert sind (Bonzheim, 2020)

Land	Anzahl Produzenten
Deutschland	4
Österreich/Ungarn	1
Frankreich	1
Holland	3
Griechenland/Zypern	ca. 60

Ab Sommer 2020 möchte sich ein Schweizer Landwirt nach den biozyklisch-veganen Richtlinien des BNS zertifizieren lassen.

Es gibt noch nicht sehr viele Vertriebswege dieser biozyklisch-veganen Produkte (Bonzheim, 2020). Es existiert ein Onlineshop (bio-vegan-bestellen.de), wo Konsumenten bio-vegane Lebensmittel bestellen können (Bonzheim, 2020). Die BayWa AG in Deutschland vertreibt biozyklisch-vegane Äpfel (Bonzheim, 2020). Ein Grosshändler aus Hessen (DE) ist daran interessiert biozyklisch-vegane Produkte bei REWE zu vertreiben (Bonzheim, 2020). Biozyklisch-veganes Olivenöl gibt es bei direct-friendly.de. In Österreich verkaufen mehrere Läden biozyklisch-vegane Zitrusfrüchte (Bonzheim, 2020). Viele Landwirte verkaufen ihre Produkte direkt auf ihren Höfen durch Direktvermarktung (Bonzheim, 2020). Die Nachfrage nach Zertifizierung ist wachsend (Bonzheim, 2020).

Es existieren daher im deutschsprachigen Raum zwei bio-vegane Label: Das Label des Vereins Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. und das Label des BNS. Wobei das Label des BNS sich aufgrund der Lizenzierung durch BNS stärker etabliert hat (Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V., 2020a).

Die Kontroll- und Zertifizierungsfirma bio.inspecta AG, welche unter anderem das Bio Knospe Label zertifiziert, wäre bereit bei genügend Interesse von Produzenten und Konsumenten, die Zertifizierung für ein biozyklisch-veganes Label in der Schweiz zu übernehmen (Suard, 2020). Die Firma ist weltweit tätig mit Büros in Albanien, Türkei und Österreich (Suard, 2020). Es wäre möglich mit Partnerstellen das bio-vegan Label auch im Ausland zu zertifizieren (Suard, 2020).

Bis zum jetzigen Zeitpunkt hat noch kein Produzent bio.inspecta, bezüglich einer Zertifizierung für ein biozyklisch-veganes Label, angefragt (Suard, 2020). Es gab vereinzelte Anfragen von Konsumenten (Suard, 2020). Bio.inspecta hat in der Schweiz noch nie ein bio-veganes Label zertifiziert (Suard, 2020). Bio.inspecta würde erst ab mindestens 150 interessierten Landwirten die Zertifizierung vornehmen (Suard, 2020).

3.2 Nachfrage seitens der Konsumenten

Im Folgenden werden die verschiedenen Aussagen der befragten Konsumenten miteinander verglichen und Schlüsse daraus gezogen.

3.2.1 Kurzbeschreibung der befragten Konsumente

Folgende Tabelle stellt die wichtigsten Merkmale vor.

Tabelle 5: Kurzbeschreibung der Befragten

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Veganer1	Vegan, seit 2, 5 Jahren	28	W	Jura
Veganer 2	Vegan, seit 10 Jahren	33	W	Germanistik und Geschichte
Veganer3	Vegan, seit 5 Jahren	27	W	Matura
Veganer4	Vegan, seit 7 Jahren	34	W	Marketing HF
Veganer5	Vegan, seit 6 Jahren	30	W	Hundetrainer
Veganer6	Vegan, seit 5 Jahren	43	M	Innenarchitektur
Flexiganer1	Vegetarier, Flexiganer	31	W	Fachausweis HR
Flexiganer2	Flexiganer, ab und zu Fleisch	21	M	Kaufmännische Berufsmatura.
Flexiganer3	Vegetarier	26	W	Betriebsökonomie
Flexiganer4	Flexiganer	26	W	Master Theologie
Flexiganer5	Flexiganer	26	W	Master Psychologie

Flexiganer6	Flexiganer, ab und zu Fleisch	55	W	Kauffrau
-------------	-------------------------------	----	---	----------

3.2.2 Wissensstand

In einem ersten Schritt wurde geklärt, ob und wenn ja, wie der Begriff «bio-vegan» den Befragten bekannt ist.

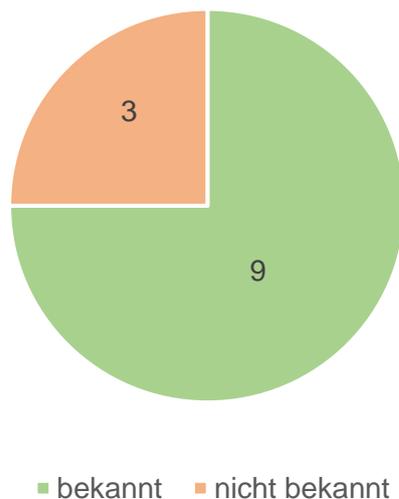


Abbildung 4: Kenntnisse des Begriffs "bio-vegan" (eigene Darstellung)

Sieben der zwölf Befragten gaben an, dass "bio-vegan" eine Kombination zwischen biologisch und vegan ist. Die Kombination beschrieben alle Teilnehmer gleich. Die Befragten gaben an, dass ein bio-veganes Produkt vegan verarbeitet und biologisch angepflanzt wurde. Niemand dachte an eine vegane Anbauweise. Von diesen sieben haben fünf den Begriff schon einmal gehört. Flexiganer3 sowie Veganer6 kennen den Begriff gar nicht und können sich nichts darunter vorstellen. Veganer2 hat den Begriff noch nie gehört, war aber bereit anzugeben was er denke was bio-vegan bedeute. Der Befragte kam zum Schluss, dass bio-vegan eine Ernährungsform ist und Veganer nur biologisch einkaufen. Veganer5 kennt den Begriff als "bio" ohne tierische Hilfsmittel in der Produktion. Veganer3 meint bio-vegan bedeute eine Landwirtschaft im Einklang mit der Natur ohne tierische Bestandteile.

Nur Veganer5 und Veganer3 gaben die richtige Definition an.

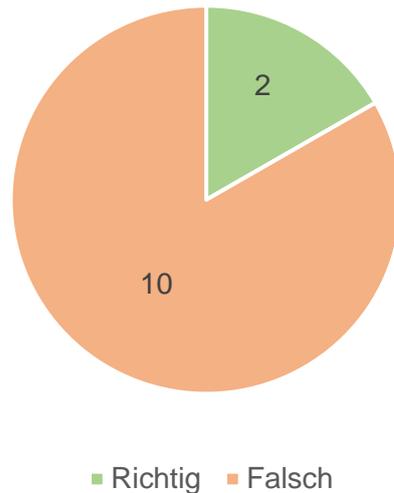


Abbildung 5: Definitionsangaben des Begriffs "bio-vegan" (eigene Darstellung)

Nach der Erklärung des Begriffs durch die Autorin waren die meisten Teilnehmer überrascht, dass tierische Bestandteile in der Produktion von Lebensmitteln eingesetzt werden. Vor allem die Veganer finden schockierend, dass zu wenig Aufklärung betrieben wird.

Sieben Teilnehmer stören sich daran, dass tierische Bestandteile in der Produktion verwendet werden.

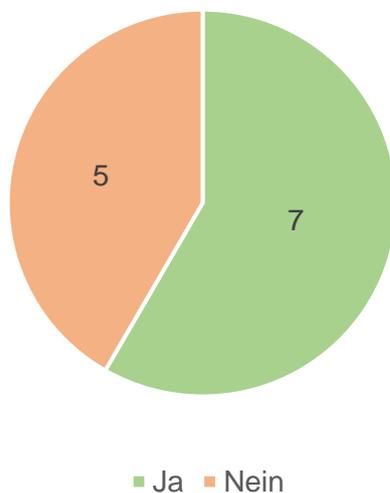


Abbildung 6: Störung gegenüber tierischen Hilfsstoffen in der Produktion (eigene Darstellung)

Aus den Ergebnissen der Umfrage geht hervor, dass alle Veganer und nur ein Flexiganer sich an tierischen Bestandteilen in der Produktion stören.

3.2.3 Einkauf

Im nächsten Schritt wurde das Einkaufsverhalten der Befragten untersucht. Dabei zeigte sich, dass für die Befragten unterschiedliche Faktoren Wichtigkeit beim Einkaufen haben.

Tabelle 6: Eigenschaften beim Einkauf und Anzahl Nennungen

Eigenschaft	Anzahl Nennungen
Aus der Region	8
Vegan	6
Saisonalität	6
Bio	5
Unverpackt	3
Teilweise Bio	2
Herkunft Schweiz	2
Einkauf direkt beim Landwirt	2
Vegetarisch	1
Artgerechte Haltung	1
Lokal	1
Plastikfrei	1
Verzicht auf E-Stoffe	1
Verzicht Nestlé	1
Preis	1
Fairtrade	1

Alle Veganer geben an, dass sie beim Einkauf darauf schauen, dass die Lebensmittel vegan sind. Niemand schaut jedoch, auf Nachfrage des Autors, darauf, ob die gesamte Produktion bei einem Produkt vegan ist. Ein Befragter schaut beim Einkauf, dass die Produkte vegetarisch sind und ein anderer achtet auf eine artgerechte Haltung. Fünf Befragte achten bei ihrem Einkauf, dass das Produkt "bio" gelabelt ist. Zwei Teilnehmer schauen nur teilweise auf die Bioqualität. Fast allen Befragten ist die Herkunft der Lebensmittel wichtig. Zwei geben an, Lebensmittel aus der Schweiz zu bevorzugen. Acht Teilnehmer hingegen gehen einen Schritt weiter und schauen darauf, dass die gekauften Lebensmittel aus der Region stammen. Zwei von diesen gehen öfters direkt beim Bauern einkaufen. Flexiganer³ gibt an, am liebsten lokale Produkte einzukaufen. Auf Saisonalität achten sechs der Teilnehmer. Veganer¹ bevorzugt Produkte mit keinem oder wenig Plastik. Drei Befragte präferieren unverpackte Lebensmittel. Des Weiteren wurde der Verzicht auf E-Stoffe und Nestlé genannt. Ausserdem wurde angegeben, dass auf den Preis und Fairtrade geachtet wird.

Es wurden viele verschiedenen Faktoren genannt. Die Eigenschaft, dass die eingekauften Produkte aus der Region stammen, wurde am meisten angegeben. Interessant zu sehen ist, dass alle Veganer darauf achten, dass die eingekauften Produkte vegan sind. Die meisten befragten Veganer achten jedoch nur auf eine vegane Verarbeitung und nicht auf eine vegane Produktionsweise.

Wie sich aus den Interviewergebnissen herausgestellt hat, war den meisten Befragten nicht bewusst, dass tierische Bestandteile in der Landwirtschaft eingesetzt werden.

3.2.4 Labels

Als nächstes wurde analysiert, ob und welche Labels Wichtigkeit bei den Befragten geniessen.

Tabelle 7: Labels und Anzahl Nennungen

Label	Nennungen Veganer	Nennungen Flexiganer	Nennungen Total
Fairtrade	0	5	5
Allgemeine Bio-Label	3	1	4
Bio-Knospe	1	0	1
EU-Bio-Label	1	0	1
Demeter	1	0	1
Karma	0	1	1
Naturaplan	0	1	1
Attila Hildmann	1	0	1

Auf die Frage, ob gewisse Labels beim Einkauf bevorzugt werden, haben drei Teilnehmer mit nein geantwortet. Nur vier Befragte achten auf ein Bio-Label. Veganer3 hat als einziger angegeben, auf welche spezifischen Bio-Label dieser achtet, nämlich auf das Bio-Knospe-Label und das EU-Bio-Label. Zudem bevorzugt Veganer3 als einziger das Demeter-Label. Fünf Teilnehmer präferieren das Fairtrade-Label. Einige sagen dazu, dass sie so unmenschliche Bedingungen vermeiden möchten und sie mit dem Label sicher sein können, dass Sozialstandards, wie beispielsweise eine faire Entlohnung, eingehalten werden. Einige Teilnehmer achten auf Marken wie Karma oder Naturaplan von Coop. Veganer4 kauft öfters Lebensmittel der Marke Attila Hildmann. Flexiganer6 erwirbt Produkte von Naturaplan aus ökologischen Gründen. Ein Befragter achtet lediglich auf die Rezeptur und nicht auf Labels.

Labels geben einigen Teilnehmern die Sicherheit, dass gewisse Standards eingehalten werden. Ausserdem wurde genannt, dass Labels eine Orientierung beim Einkaufen bieten.

Neun Befragte achten bewusst auf Labels, wobei drei nicht darauf schauen.

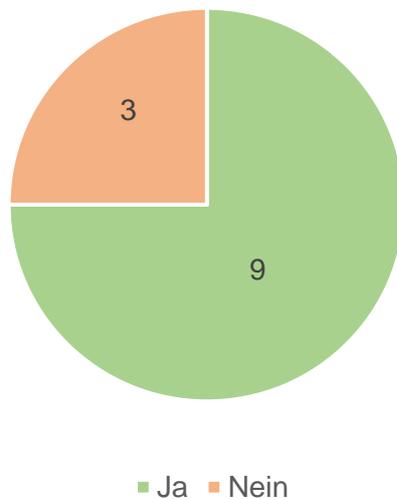


Abbildung 7: Beachtung von Labels beim Einkaufen (eigene Darstellung)

Die Mehrheit der Befragten achtet auf bestimmte Labels beim Einkaufen. Diese geben den Teilnehmern einen Mehrwert. Durch ein Label sehen die Konsumenten direkt, ob das Produkt die gewünschten Kriterien erfüllt. Ausserdem bieten Labels einigen Befragten Sicherheit und Orientierung.

3.2.5 Biologischer Anbau

Im nächsten Schritt wurden die Teilnehmer gefragt, ob sie auf eine biologische Anbauweise achten. Ausserdem wurden die Gründe dazu analysiert.

2/3 der Befragten achten beim Einkauf von Lebensmitteln auf den biologischen Anbau.

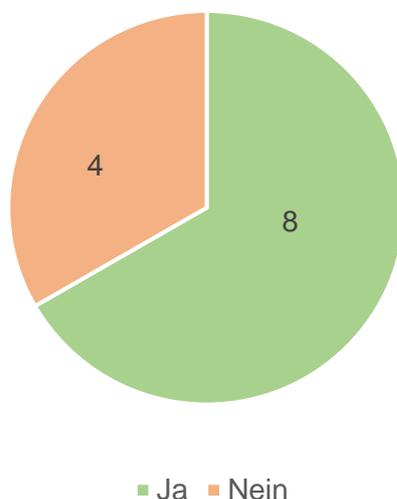


Abbildung 8: Beachtung von Produkten aus biologischem Anbau (eigene Darstellung)

Es wurden verschiedene Gründe angegeben, warum die Befragten auf eine biologische Anbauweise achten.

Tabelle 8: Gründe für biologische Anbauweise beim Einkauf und Anzahl Nennungen

Gründe	Nennungen Veganer	Nennungen Flexiganer	Nennungen Total
Umwelt	3	1	4
Gesundheit	3	1	4
Boden	1	0	1
Biodiversität	1	0	1
Nachhaltigkeit	1	0	1
Verzicht chemischer Zusatzstoffe	1	0	1
Verzicht Giftstoffe	0	1	1
Geschmack	0	1	1

Veganer2 kauft Produkte mit einem Bio-Label, weil beim Anbau besser für den Boden gesorgt wird als bei konventionellen Produkten. Vier Teilnehmer kaufen Lebensmittel aus biologischem Anbau, weil diese besser für die Umwelt sind als Konventionelle. Die Biodiversität ist für Veganer3 wichtig. Ebenfalls vier der Befragten geben an, aus gesundheitlichen Gründen auf biologische Produkte zurückzugreifen. Veganer1 gibt als Grund den Verzicht auf Glyphosat bei "bio" an. Die Vermeidung chemischer Zusatzstoffe ist für Veganer4 wichtig. Flexiganer1 verzichtet auf Giftstoffe und achtet deshalb auf "bio". Veganer4 achtet zwar auf "bio" aber Regionalität ist dem Teilnehmer wichtiger. Flexiganer1 kauft Bio-Produkte, weil die Qualität sowie der Geschmack gegenüber konventionellen Produkten besser sei. Zwei Teilnehmer geben an, eher nicht auf den biologischen Anbau zu achten. Ebenfalls zwei Befragte kaufen ab und zu "bio" ein. Flexiganer5 kauft nur durch Vergleiche mit dem Preis oder Qualität "bio" ein. Flexiganer6 achtet eher auf den Preis als auf den biologischen Anbau.

Es ist zu erkennen, dass die Mehrheit auf biologischen Anbau achtet. Die Gründe sind sehr verschieden. Die meist angegebenen Motive sind die Umwelt und die Gesundheit.

3.2.6 Bio-vegan Label

Am Schluss wurde geklärt, ob ein bio-veganes Label für die Teilnehmer in Frage kommt. Ausserdem wurden die Motive dazu untersucht. An diesem Punkt wissen die Befragten, was "bio-vegan" bedeutet.

Veganer1 hat angegeben, dass es ihn stört, dass unter anderem Zitrusfrüchte mit tierischem Wachs behandelt werden und sich deshalb ein bio-vegan Label wünscht. Der Befragte sagt zudem: "Wenn die Hilfsstoffe der Tiere in der Landwirtschaft nicht ausschliesslich für diesen Zweck

benutzt werden, ist es für mich noch einigermaßen vertretbar, diese Produkte zu konsumieren. Obschon, wenn ich eine Wahl hätte, würde ich lieber bio-vegan einkaufen". Tierischer Dung sowie Hornmehl beispielsweise, welche Nebenprodukte der Milch- und Fleischindustrie sind, sind für Veganer¹ vertretbar, da die Tiere nicht ausschliesslich für den Anbau von Produkten benutzt werden. Auch Veganer² stört die tierische Wachsschicht auf Früchten. Veganer¹ hat angegeben, dass ihn der Zwang tierische Bestandteile bei Demeterprodukten einzusetzen störe.

Die Mehrheit der Befragten wünscht sich ein bio-veganes Label.

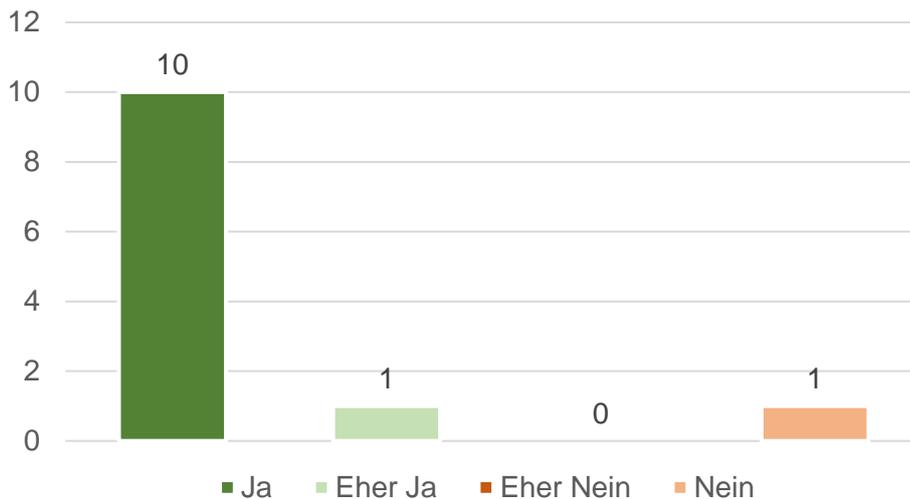


Abbildung 9: Wunsch nach einem bio-veganes Label (eigene Darstellung)

Zehn von zwölf Befragten haben angegeben, dass sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen würden. Alle Teilnehmer, welche sich durch tierische Hilfsstoffe in der Produktion stören, wünschen sich ein bio-veganes Label. Flexiganer⁶ hat mit «eher ja» geantwortet. Der Befragte findet es wichtig, dass bio-vegane Lebensmittel als solche gekennzeichnet werden aber ist sich unsicher, ob er mit bio-vegan gelabelte Produkte einkaufen würde. Flexiganer³ findet das Label für die Massenproduktion von Gemüse nicht geeignet und zieht daher ein bio-vegan Label nicht in Betracht.

Es wurde angegeben, dass es für die Einführung eines bio-veganes Labels in der Schweiz eine Kampagne braucht, um mehr Leute anzusprechen und zu informieren. Für einen Befragten bräuchte es mehr Informationen, um dem Label vertrauen zu können. Ein Teilnehmer ist der Meinung, dass viele Konsumenten nicht wüssten, dass Demeterprodukte tierische Hilfsstoffe brauchen und er wünscht sich daher eine klare Aufklärung dazu.

Etwas mehr als 3/4 der Befragten wünschen sich eindeutig ein bio-veganes Label. Einige Teilnehmer stört es, dass tierische Hilfsstoffe in der Produktion von Lebensmitteln verwendet werden. Den meisten war dies vor dem Interview nicht bewusst und sie wünschen sich mehr Aufklärung zu diesem Thema.

3.3 Nachfrage seitens der Produzenten

Im Folgenden werden die verschiedenen Aussagen der befragten Landwirtschaftsbetriebe miteinander verglichen und Schlüsse daraus gezogen.

3.3.1 Kurzbeschreibung der befragten Landwirtschaftsbetriebe

Folgende Tabelle stellt die wichtigsten Merkmale vor.

Tabelle 9: Kurzbeschreibung der befragten Landwirte

Befragter	Anbau
Landwirt1	Ausschliesslich vegan und Bio zertifiziert.
Landwirt2	Ausschliesslich vegan und Bio zertifiziert.
Landwirt3	Bio zertifiziert und zusätzlich einige Parzellen bio-vegan.
Landwirt4	Bio zertifiziert und zusätzlich per Zufall einige Parzellen bio-vegan.

3.3.2 Aktuelle Situation

Als erstes wurde die aktuelle Situation eines bio-vegane Labels mithilfe der Antworten der befragten Landwirte untersucht.

Alle befragten Landwirte wirtschaften nach Bio Suisse Knospe Richtlinien. Die Landwirte1 und 2 sowie Landwirt4 betreiben eine Direktvermarktung ihrer Produkte. Landwirt1 hat als einziger auf seinem Hof nur die Bio Suisse Zertifizierung. Alle anderen befragten Betriebe pflanzen zudem Sorten des Pro Specie Rara Gütesiegels an.

Alle Landwirte, welche solche Sorten bei sich auf dem Betrieb anbauen, gaben an, dies zu tun, weil sie gerne alte Sorten unterstützen möchten, da diese ansonsten aussterben würden. Landwirt1 hat sich für das Bio Suisse Label entschieden, da ihm die Umwelt sehr wichtig ist und weil er denkt, dass es zurzeit das bestmögliche Umweltlabel in der Schweiz ist. Landwirt2 gab an: "Mir ist wichtig biologisch aus ökologischen Gründen zu produzieren.". Ausserdem findet er das Bio Suisse Label gut, weil es bei den Konsumenten bekannt ist. Landwirt3 merkte an, biologisch zu produzieren, weil dies besser für die Umwelt sei als konventionelle Landwirtschaft. Auch Landwirt4 findet "bio" besser als konventionell. Er habe sich bewusst gegen Demeter entschieden, weil es ihm zu esoterisch sei.

Auf die Frage wie die jeweiligen Betriebe von Labels profitieren, wurden unterschiedliche Antworten gegeben. Landwirt1 kann mit dem Bio Suisse Label Kunden akquirieren. Denn die Schweizer Konsumenten würden den meisten Labels vertrauen. Der Befragte meint, dass die Mehrzahl der

Labels in der Schweiz einen guten Ruf haben. Landwirt2 findet, dass viele Konsumenten auf Labels, insbesondere auf das Bio Suisse Label, achten und das gut für seinen Umsatz sei. Aus Sicht von Landwirt3 hat das Bio Suisse Label ein gutes Image und die Konsumenten haben Vertrauen dazu. Landwirt4 sieht ein Label als gute Botschafterin. Landwirt1 und Landwirt3 äussern jedoch auch Bedenken. Die hohe Anzahl an Labels könne eine Überforderung für die Konsumenten sein.

Die befragten Landwirte haben ein bis zwei Labels auf ihrem Betrieb. Als Motivation für diese Labels wurden vor allem Umweltaspekte genannt. Die Befragten profitieren vom Bio Suisse Label, da es einen guten Ruf hat und die Leute diesem Vertrauen schenken.

3.3.3 Einschätzung der bio-vegane Landwirtschaft

In einem nächsten Schritt wurde die bio-vegane Landwirtschaft aus Sicht der befragten Landwirte analysiert.

Landwirt 3 findet, dass die Landwirtschaft in die vegane Richtung gehen muss. Aber das sollte auch ohne zusätzliches Label funktionieren. Er wünscht sich eine Weiterentwicklung des Bio Suisse Labels in die bio-vegane Richtung. Er findet, dass das Bio Suisse Label in den letzten Jahren stehen geblieben ist und dringend Handlungsbedarf nötig ist. Landwirt4 hingegen befürwortet eine vegane Landwirtschaft nicht. Aus seiner Sicht sind Tiere, insbesondere Wiederkäuer, zu einem natürlichen Kreislauf der Landwirtschaft nötig. Er bemängelt hingegen auch die Überpopulation an Tieren, die in der Schweiz zu kommerziellen Zwecken gehalten werden. Aus seiner Optik benötigt es eine gesunde Balance. Er sagt: «Es sollten nicht zu viele Nutztiere gehalten werden, aber keine sind auch nicht gut».

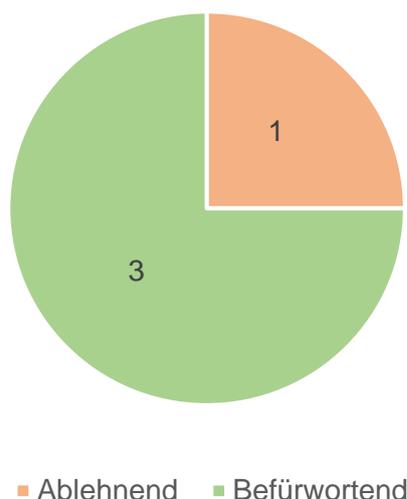


Abbildung 10: Haltung gegenüber veganer Landwirtschaft (eigene Darstellung)

3/4 der Befragten geben an, dass keine weiteren Labels in Frage kämen. Dies liege vor allem an der Direktvermarktung. Landwirt1 produziert in einigen Parzellen nach Demeter. Jedoch berücksichtigt er nur die veganen Kriterien. Er mag dieses Label grundsätzlich, es kommt für ihn aber

nicht in Frage, weil er die Kriterien, wobei tierische Hilfsstoffe eingesetzt werden, ablehnt. Für den Befragten käme stattdessen das bio-vegan Label in Frage. Für die beiden Landwirte, welche nicht vegan produzieren, kommt ein bio-vegan Label nicht in Frage. Obschon Landwirt3 die Idee eines solchen Labels gut findet. Für Landwirt1 kommt wie bereits erwähnt ein bio-vegan Label in Frage. Die Leute aus der Umgebung wissen, dass auf seinem Betrieb ausschliesslich vegan produziert wird. Jedoch wünscht sich der Befragte mehr Konsumenten von weiter weg. Er denkt, dass ein bio-veganes Label diese Leute anlocken würde. In seiner Situation ist er momentan sehr auf die Mund-zu-Mund-Propaganda angewiesen. Landwirt2 hat sich bereits über das bio-vegane Label des VON und jenes vom BNS informiert. Er sagt: " Ein Label ist für uns nicht sehr interessant. Denn viele unserer Kunden schauen nicht darauf, ob bio-vegan produziert wird. Die, die darauf schauen, wissen, dass wir vegan produzieren.". Ausserdem gibt der Befragte an, dass die biozyklischen Richtlinien nicht in allen Punkten zu seinem Anbau passen. Er benutzt gerne Nützlinge, um Schädlinge zu bekämpfen, und dies könnte er mit dem bio-vegane Label nur noch eingeschränkt unter besonderen Umständen tun.

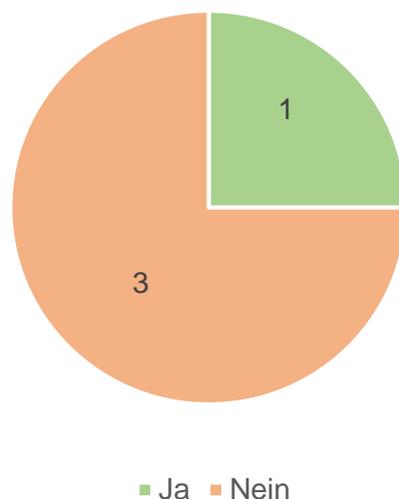


Abbildung 11: Wunsch nach einem bio-vegane Label (eigene Darstellung)

Die Idee der veganen Landwirtschaft findet Anklang bei der Mehrheit der Befragten. Jedoch nur für Landwirt1 käme ein bio-vegane Label in Frage. Die anderen Landwirte argumentieren, dass der derzeitige Markt für bio-vegane Produkte noch zu klein sei.

3.3.4 Einschätzung der Nachfrage

Am Schluss wurde die Nachfrage von veganen sowie bio-vegane Produkten eingeschätzt.

Alle befragten Landwirte denken, dass die Mehrheit der Konsumenten nicht wissen, was für Hilfsstoffe und Ressourcen für den Anbau von gekauften Lebensmitteln eingesetzt werden. Aus der Sicht von Landwirt4, ist den Konsumenten der Verzicht auf Hilfsstoffe bei Bio Suisse Produkten nicht bewusst.

Es wurde die Frage gestellt, warum viele Leute nicht vegan und bio-vegan einkaufen und wo das Problem liegen könnte. Landwirt1 und Landwirt2 sind der Meinung, dass es zu wenige bio-vegane Produzenten gebe. Landwirt2 denkt, dass es sicher genug Konsumenten geben würde, die bio-vegane Produkte kaufen würden. Um an diese Leute zu gelangen, bräuchte ein grösserer bio-veganer Produzent Zugang zu urbanen Kreisen. Dort vermutet er den grössten Absatzweg. Vegan sei bis jetzt nur eine Nische. Der Veganismus finde hingegen immer mehr Anklang, davon ist Landwirt3 überzeugt. Ein Grossteil der Bevölkerung sei aber nicht an veganen Produkten interessiert. Für die Leute, welche vegan sind, gäbe es mittlerweile einige Produkte. Der Befragte wünscht sich trotzdem noch mehr vegane Produkte auf dem Markt. Überhaupt keine Idee, wieso die Mehrheit der Konsumenten nicht vegan einkaufen, hat Landwirt4.

Die Mehrheit der Konsumenten wüssten gemäss den befragten Landwirten nicht, was für Hilfsstoffe in der Landwirtschaft eingesetzt werden. Dies liege vor allem daran, dass es zu wenige bio-vegane Landwirte gibt und somit das Angebot für solche Produkte sehr klein ist.

3.3.5 Bio Suisse

Bio Suisse gab auf Anfrage an, dass bio-vegan weder von Bauern- noch von Konsumentenseite entsprechend angefragt werde.

3.4 Zusammenfassung der Resultate

3.4.1 Konsumenten

Nur zwei der Befragten wussten, wofür bio-vegan steht. Die meisten gaben an, dass dieser Begriff eine Kombination aus biologisch und vegan ist. Zwar ist das primär nicht falsch, aber bio-vegan hat eine grundlegendere Bedeutung. Nämlich, dass die vegane Verarbeitung der Produkte nicht gleichzeitig bedeutet, dass diese vegan produziert werden.

Bei den Interviews zeigte sich die Unwissenheit der Konsumenten zum Einsatz tierischer Bestandteile bei der Produktion landwirtschaftlich produzierter Lebensmittel.

Dass Veganer1 lediglich auf die Rezeptur der Lebensmittel achtet, zeigt deutlich, dass dem Befragten Labels nicht sehr wichtig sind. Auf die biologische Qualität achtet er jedoch. Eine Kennzeichnung der Produkte als «Bio», ohne Label, ist gemäss dem Interview für Veganer1 ausreichend. Trotz allem würde Veganer1 ein bio-vegan Label begrüßen. Hier sind die Chancen eines neuen Labels auf dem Markt deutlich ersichtlich, auch bei Konsumenten, die beim Einkauf nicht primär auf Labels schauen.

Alle Veganer würden ein bio-vegan Label beim Einkaufen in Betracht ziehen. Obwohl die meisten Teilnehmer nicht wussten, wie bio-vegan zu definieren ist, finden alle Veganer ein solches Label sinnvoll. Wie zu erwarten, findet das Label nicht bei allen Flexigancern Anklang, da diese nicht auf

tierische Produkte verzichten. Überraschend ist die Mehrzahl der Befürworter eines bio-vegane Labels. Der Grund liegt wahrscheinlich darin, dass Flexigane vor allem aufgrund ökologischer und ethischer Motive biologische Lebensmittel einkaufen.

Veganer1 hat angegeben, dass es ihn stört, dass unter anderem Zitrusfrüchte mit tierischem Wachs behandelt werden.

Aus den Ergebnissen gehen die unterschiedlichen Meinungen zu verschiedenen Produkten hervor. Einige Befragte stufen tierische Hilfsstoffe wie Wachs schlimmer ein, als beispielsweise tierischen Dünger.

Die Resultate zeigen, dass ein bio-vegan Label wichtig für die Deklaration ist. Denn nur so ist es dem Konsumenten ersichtlich, welche Produkte in der Herstellung vegan produziert wurden.

3.4.2 Produzenten

Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass alle Produzenten aus ökologischen Gründen "bio" zertifiziert sind.

Aus den Resultaten geht hervor, dass es Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz gibt, welche bereits vegan produzieren. Einige jedoch nur einzelne Parzellen.

Es kristallisiert sich heraus, dass die meisten Landwirte denken, dass zu viele Labels zu einer Überforderung bei den Konsumenten führen kann und ein neues zusätzliches Label gut überlegt sein sollte.

Da Bio Suisse keine Anfragen von Bauern und Konsumenten betreffend bio-vegan hat, fehlt die Motivation, ein solches Label einzuführen und zu unterstützen. Es braucht mehr Initiative von den Landwirten sowie von den Konsumenten.

Nur Landwirt2 hat sich bereits mit dem bio-vegan Label des VON und demjenigen vom BNS auseinandergesetzt. Das zeigt, dass der Betrieb sich Gedanken zu einer Zertifizierung gemacht hat.

Gemäss den Resultaten bräuchte es mehr Betriebe, welche bio-vegan produzieren, damit sich ein solches Label lohnen würde.

Die meisten Befragten denken, dass vegane Produkte in der Zukunft vermehrt nachgefragt werden und die Landwirtschaft sich in eine vegane Richtung bewegen muss.

4 Diskussion

4.1 Diskussion der Resultate

Da für diese Arbeit eine kleine Stichprobe untersucht wurde, können erst Hypothesen aufgestellt werden. Damit repräsentative Aussagen gemacht werden können, braucht es weitere quantitative Studien bzw. Umfragen zu diesem Thema.

Eine Hypothese ist, dass eine Aufklärung der Landwirtschaft benötigt wird. Denn die Mehrheit der Befragten Konsumenten war sich nicht bewusst, dass tierische Hilfsstoffe für die Produktion von Lebensmitteln eingesetzt werden. Vor allem die befragten Veganer waren schockiert darüber, dass regelmässig tierische Bestandteile in der Lebensmittelproduktion verwendet werden. Es braucht nicht nur eine Aufklärung der veganen Landwirtschaft, sondern auch des Begriffs "bio-vegan". Es zeichnet sich durch die Ergebnisse ab, dass, wenn mehr Konsumenten aufgeklärt werden, die Nachfrage nach bio-veganen Produkten steigen wird. Es bräuchte zudem eine Aufklärung, wie Demeterprodukte hergestellt werden, um die Konsumenten korrekt zu informieren.

Eine andere Hypothese ist, dass die Richtlinien weniger streng sein müssten, damit sich mehr Landwirte zertifizieren lassen. Zum Beispiel, dass Nützlinge ohne Ausnahme erlaubt sind, um Schädlinge zu bekämpfen.

Es ist naheliegend, dass das bio-vegane Label des BNS als erstes bio-veganes Label in der Schweiz ankommt. Denn es wird bereits im deutschsprachigen Raum verwendet. Da dieses Label immer erfolgreicher wird, ist eine Hypothese, dass in naher Zukunft auch einige Schweizer Landwirte sich zertifizieren lassen.

Gemäss den Resultaten ergibt sich die Hypothese, dass es einen Bedarf nach einem Label für vegane Produktionsweisen seitens der Schweizer Konsumenten gibt. Die Mehrheit der befragten Konsumenten wünschen sich, nachdem diese in Bezug auf die vegane Landwirtschaft aufgeklärt worden sind, ein bio-vegan Label auf dem Schweizer Markt.

Seitens der Bio-Produzenten kann die Hypothese aufgestellt werden, dass zwar ein Interesse an veganer Landwirtschaft vorhanden ist, jedoch ein Label derzeit noch nicht in Frage kommt. Nur einzelne Landwirte sind an einem bio-veganen Label interessiert. Der Markt ist zum derzeitigen Zeitpunkt noch zu klein, für das sich ein entsprechendes Label lohnen würde. Die Produzenten brauchen Sicherheit vom Markt. Viele Landwirte möchten das Risiko nicht eingehen, die Produkte nicht verkaufen zu können.

Es wird vermutet, dass bei einem grösseren Interesse nach bio-veganen Produkten der Konsumenten, einige Produzenten reagieren und auf veganen Landbau umstellen.

Da bereits in einigen Nachbarländer der Schweiz das biozyklisch-vegane Label des BNS auf dem Vormarsch ist und bereits ein Schweizer Landwirt das Interesse zu einer Zertifizierung im Sommer 2020 geäußert hat, ist es naheliegend, dass dieses als erstes bio-veganes Label in der Schweiz ankommen wird.

4.2 Diskussion der Methode

Da für diese Arbeit nur eine kleine Anzahl an Teilnehmern interviewt worden sind, kann noch nicht von einer repräsentativen Studie gesprochen werden. Es braucht noch weitere Studien, um die Hypothesen zu belegen.

Die teilstrukturierten qualitativen Interviews erwiesen sich als geeignet, um die Forschungsfragen zu beantworten. Die Länge (ca. 10 Minuten) der Befragungen kam bei den teils sehr beschäftigten Teilnehmern gut an. Jedoch erwies sich, dass zu wenige Fragen gestellt worden sind. Die Frage, ob sich die Befragten an tierischen Hilfsstoffen in der Landwirtschaft stören, wurde gestellt. Einige Teilnehmer machten ohne eine Aufforderung des Interviewers eine Aussage dazu. Jedoch nicht alle Befragten.

Durch die Teilstrukturierung war es möglich, auf die Antworten einzugehen und zusätzliche, vom Leitfaden abweichende Fragen zu stellen.

Dass die Interviews alle nur per Videochat oder Telefon stattgefunden haben, ermöglichte eine grosse Zeitersparnis aufgrund des fehlenden Weges. Leider war die Internetverbindung nicht immer gut geeignet für ein Gespräch. Einige Worte wurden teilweise dem Gegenüber nicht übertragen und somit war es schwierig den Gesprächspartner zu verstehen. Einige Sätze mussten wiederholt werden und es war schwierig den Leitfaden einzuhalten.

Die Teilnehmer waren ohne Ausnahme sehr freundlich und offen gegenüber den gestellten Fragen. Niemand hat eine Frage nicht beantworten wollen.

Um ein umfassendes Bild des Marktes zu erlangen, braucht es noch weitere Gesprächspartner. Vertreter des Handels wurden in dieser Arbeit nicht berücksichtigt. Ausserdem fehlt die Organisation SwissVeg. Es wäre interessant zu sehen, wie SwissVeg zur Thematik steht, da diese Organisation eine der grössten Interessensvertretungen vegetarisch und vegan lebender Menschen in der Schweiz ist.

In einer weiteren Studie könnten die Richtlinien der verschiedenen bio-vegane Labels miteinander verglichen werden.

5 Literaturverzeichnis

- Albert Schweitzer Stiftung. (2018, August 10). Marktprognosen für vegane Produkte. *Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt*. Zugriff am 15.7.2020. Verfügbar unter: <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/marktprognosen-vegane-produkte>
- Bio Suisse. (2014). *Jahresbericht 2014*. Basel.
- Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. (2017). Biozyklisch-veganer Anbau – wie alles begann. Zugriff am 23.5.2020. Verfügbar unter: <https://www.biozyklisch-vegan.de/richtlinien/die-entstehung/>
- BNS Biocyclic Network Services Ltd. (2019, März 11). Biozyklisch-Vegane Richtlinien. Zugriff am 23.5.2020. Verfügbar unter: https://www.biocyclic-network.net/uploads/1/4/4/0/14401122/biozyklisch-vegane_richtlinien_1.02_rev_142_-_2019-03-11_-_deutsche_druckversion.pdf
- BNS Biocyclic Network Services Ltd. (2020). Entstehung. *O.M.E.N. BIOCYCLIC-VEGAN NETWORK*. Zugriff am 15.7.2020. Verfügbar unter: <https://www.biocyclic-network.net/entstehung.html>
- Bonzheim, A. (2014, Januar). *Die bio-vegane Landwirtschaft in Deutschland: Definition, Motive und Beratungsbedarf*. Bachelorarbeit. Eberswalde: Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde.
- Bonzheim, A. (2016, Juni). *Potenziale und Herausforderungen möglicher überbetrieblicher Organisationsstrukturen für die bio-vegane Landbaubewegung im deutschsprachigen Raum*. Masterarbeit. Eberswalde: Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde.
- Bonzheim, A. (2020, Juni 26). Fragen zum biozyklisch-veganen Label.
- Bundesamt für Umwelt. (2019, Dezember 10). Landwirtschaft als Luftschadstoffquelle. Zugriff am 5.7.2020. Verfügbar unter: <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/thema-luft/luft-fachinformationen/luftschadstoffquellen/landwirtschaft-als-luftschadstoffquelle.html>
- Englert, H., Siebert, S., Heine, F., Kraatz, A., Mai, J., Schoppe, T. et al. (Hrsg.). (2016). *Vegane Ernährung* (UTB ; 4402utb-studi-e-book) (1. Auflage, S. 1336). Stuttgart: UTB GmbH.
- Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. (2020a). Der Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. Zugriff am 24.5.2020. Verfügbar unter: <https://biozyklisch-vegan.org/ueber-uns/foerderkreis>

- Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. (2020b). Adolf-Hoops-Gesellschaft mbH. *Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. - vegan und ökologisch ab Feld*. Zugriff am 15.7.2020.
Verfügbar unter: <https://biozyklisch-vegan.org/adolf-hoops-gesellschaft-mbh/>
- Helferich, C. (2011). *Die Qualität qualitativer Daten: Manual für die Durchführung qualitativer Interviews (4th ed.)*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Herrmann, S., Roos, O., Stünzi, M., Gyssler, C., Zimmermann, J., Herfeldt, M. et al. (2015). *Bewertung der Lebensmittel-Labels 2015*. Zürich. Zugriff am 20.5.2020. Verfügbar unter: <https://www.labelinfo.ch/de/labelbewertungen/bewertung-lebensmittel-labels>
- Hertwich, E. G., van der Voet, E., Suh, S., Tukker, A., Huijbregts, M., Kazmierczyk, P. et al. (2010). *Assessing the Environmental Impacts of Consumption and Production: Priority Products and Materials*.
- IFOAM. (2020, Mai 18). That's Organic - Worldwide. Zugriff am 24.5.2020. Verfügbar unter: https://www.ifoam.bio/sites/default/files/2020-05/familyframe_web_0.pdf
- Kantar EMNID. (2016). *Wirkung von Siegeln auf das Verbraucherverhalten*. Ergebnisbericht. Zugriff am 26.5.2020. Verfügbar unter: https://verbraucher.org/media/file/1151.VI_Wirkung_Label_auf_Verbraucherverhalten_Ergebnisbericht__2016.pdf
- Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Zugriff am 21.5.2020. Verfügbar unter: <https://content-select.com/de/portal/media/view/5aa7b788-bfd0-4912-a0df-6955b0dd2d03?forceauth=1>
- Kugelman, B. (2020, Mai 24). bio-veganes Label.
- Labelinfo.ch. (2020). Welche Typen von Labels gibt es? Zugriff am 26.5.2020. Verfügbar unter: <https://www.labelinfo.ch/de/Ueber-labels/labeltypen>
- Pichler, R. (2014, Januar 21). Tierische Dünger. Zugriff am 15.7.2020. Verfügbar unter: [/tierische_duenger](#)
- Research and Markets. (2018, Juli 2). Meat Substitutes - Worldwide Market Outlook to 2023: Analysis by Type, Source, Category and Region - High Growth Potential in the Asia-Pacific Market. Zugriff am 15.7.2020. Verfügbar unter: <https://www.business-wire.com/news/home/20180702005609/en/Meat-Substitutes---Worldwide-Market-Outlook-2023>

- Schweizer Obstverband. (2018, Dezember 4). Natürliche Wachsschicht auf einheimischen Äpfeln. *swissfruit*. Text, . Zugriff am 15.5.2020. Verfügbar unter: <https://www.swissfruit.ch/de/infothek/natuerliche-wachsschicht-auf-einheimischen-aepfeln>
- Schweizerische Normenvereinigung (SNV). (2003). *LABELS - Kennzeichnung von Produkten*. Zugriff am 26.5.2020. Verfügbar unter: http://www.greschpartner.com/pdf/77b_Kennzeichen_von_Produkten.pdf
- Steinfeld, H., de Haan, C. & Blackburn, H. (1996). *Livestock-environment interactions: issues and options*. (FAO, Hrsg.).
- Suard, T. (2020, Juni 29). Zertifizierung bio-vegan Label bei bio.inspecta.
- Swissveg. (2019, November 8). Biovegan mit Zertifikat. Zugriff am 20.1.2020. Verfügbar unter: <https://www.swissveg.ch/biovegan>
- Swissveg. (2020a, Juli 1). Umfrage zu den Vegetariern und Veganern in der Schweiz. Zugriff am 6.7.2020. Verfügbar unter: [/veg-umfrage](#)
- Swissveg. (2020b, Mai 6). Faktenblatt Treibhausgase. Zugriff am 15.7.2020. Verfügbar unter: [/thg](#)
- Vegan Organic Network. (2012, September). *Die Biologisch-Veganen Standards (The Stockfree-Organic Standards)*. Zugriff am 23.5.2020. Verfügbar unter: http://biovegan.org/wp-content/uploads/2012/09/bio-vegan-standards-2007_Maerz-2012.pdf
- Vegan Organic Network. (2020). *Origins of Vegan Organic Network*. Zugriff am 15.7.2020. Verfügbar unter: <https://veganorganic.net/an-introduction-to-veganic-growing/>
- Zumwald, J. M. (2017, April 18). *What are the Challenges of a Sustainable Agriculture and a Healthy Nutrition without Livestock? - Paving the way for Modelling a Vegan World*. Masterarbeit. ETH Zürich.

Verzeichnis der Bilder

Titelbild: Gemüsefeld (colourbox.de, 2020)

Abbildung 1: Logo Vegan Organic Network (VON) („Vegan Organic Network“, o. J.).....	17
Abbildung 2: Logo des Vereins Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. (Biozyklisch-Veganer Anbau e.V., 2017)	18
Abbildung 3: Logo des biozyklischen Anbaus (BNS Biocyclic Network Services Ltd.,2019)	18
Abbildung 4: Kenntnisse des Begriffs "bio-vegan" (eigene Darstellung)	21
Abbildung 5: Definitionsangaben des Begriffs "bio-vegan" (eigene Darstellung)	22
Abbildung 6: Störung gegenüber tierischen Hilfsstoffen in der Produktion (eigene Darstellung)....	22
Abbildung 7: Beachtung von Labels beim Einkaufen (eigene Darstellung)	25
Abbildung 8: Beachtung von Produkten aus biologischem Anbau (eigene Darstellung)	25
Abbildung 9: Wunsch nach einem bio-veganen Label (eigene Darstellung)	27
Abbildung 10: Haltung gegenüber veganer Landwirtschaft (eigene Darstellung).....	29
Abbildung 11: Wunsch nach einem bio-veganen Label (eigene Darstellung)	30

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: Tierische Hilfsstoffe und deren Verwendungszwecke (Pichler, 2014)	9
Tabelle 2: Anonyme persönliche Merkmale eines Gesprächspartners	13
Tabelle 3: Anonyme Merkmale eines befragten Landwirtes	14
Tabelle 4: Anzahl Produzenten, welche nach den biozyklisch-veganen Richtlinien des BNS zertifiziert sind (Bonzheim, 2020)	19
Tabelle 5: Kurzbeschreibung der Befragten	20
Tabelle 6: Eigenschaften beim Einkauf und Anzahl Nennungen	23
Tabelle 7: Labels und Anzahl Nennungen.....	24
Tabelle 8: Gründe für biologische Anbauweise beim Einkauf und Anzahl Nennungen	26
Tabelle 7: Kurzbeschreibung der befragten Landwirte	28

Anhang

Anhang 1

Plagiatserklärung

Anhang 2

Transkript Interviews und E-Mails

Anhang 3

Poster

Anhang 1: Plagiatserklärung**Erklärung betreffend das selbständige Verfassen einer studentischen Arbeit im Departement Life Sciences und Facility Management.**

Mit der Abgabe dieser studentischen Arbeit versichert der/die Studierende, dass er/sie die Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst hat.

Der/die unterzeichnende Studierende erklärt, dass alle verwendeten Quellen (auch Internetseiten) im Text oder Anhang korrekt ausgewiesen sind, d.h. dass die Bachelorarbeit keine Plagiate enthält, also keine Teile, die teilweise oder vollständig aus einem fremden Text oder einer fremden Arbeit unter Vorgabe der eigenen Urheberschaft bzw. ohne Quellenangabe übernommen worden sind.

Bei Verfehlungen aller Art treten Paragraph 39 und Paragraph 40 der Rahmenprüfungsordnung für die Bachelor- und Masterstudiengänge an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften vom 29. Januar 2008 sowie die Bestimmungen der Disziplinarmaßnahmen der Hochschulordnung in Kraft.

Ort, Datum:

Unterschrift:

Erlinsbach, 16.07.2020


.....

Anhang 2: Transkript Interviews und E-Mails

Fragen an Konsumenten:

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?
- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?
- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?
- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?
- Achten Sie auf biologischen Anbau oder biologische Produktion beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?
- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Interview 1:

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Veganer1	Vegan, seit 2, 5 Jahren	28	W	Jura

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Ich denke es ist eine Kombination aus zwei Labels, bio-Label und vegan-label.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Vegan, immer bio wenn es geht, wenig Plastik

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Eigentlich nicht, ich schaue eher auf die Rezeptur.

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

-

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Ja, aus Überzeugung, vor allem aus gesundheitlichen Gründen, unter anderem wegen Glyphosat.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja, es wäre hilfreich. Mich stört jedoch die Verwirrung bei Demeter, Demeter braucht Vieh-Dünger und das ist nicht unbedingt für den Konsumenten klar ersichtlich.

Ich schaue bei Citrusfrüchten, dass sie nicht mit Wachs behandelt wurden. Für das wäre ein bio-veganes Label sehr hilfreich. Vor allem für die Früchte finde ich deshalb ein bio-vegan Label. Wenn die Tiere für deren Hilfsstoffe in der Landwirtschaft nicht ausschliesslich für diesen Zweck benutzt werden ist es noch einigermaßen vertretbar für mich diese Produkte zu konsumieren obschon, wenn ich eine Wahl hätte, lieber bio-vegan einkaufen würde. Tierischer Dung oder Hornmehl als Nebenprodukte wären für mich solche Hilfsstoffe.

Interview 2:

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Veganer 2	Vegan, seit 10 Jahren	33	W	Germanistik und Ge- schichte

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Ich muss raten: Leute die sich vegan ernähren und darauf achten, dass die Produkte biologisch sind.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Auf die Herkunft, ich achte auch darauf, dass die Produkte aus der Schweiz kommen. Ich verzichte auf Produkte von Nestlé, alle Produkte müssen vegan sein.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Ich bevorzuge eher bio Produkte und das vegan-Label

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

Weil bei bio besser zum Boden geschaut wird.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Weil bei bio besser zum Boden geschaut wird.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja, vor allem wegen der Wachsschicht auf Früchten.

Interview 3:

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Veganer3	Vegan, seit 5 Jahren	27	W	Matura

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Ich habe den Begriff schon gehört. Ich denke es ist Landwirtschaft im Einklang der Natur und dass keine tierischen Bestandteile verwendet werden.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Ich achte darauf, dass die Produkte aus der Region kommen, saisonal, bio und vegan sind.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Ich bevorzuge, wenn vorhanden Demeter, ansonsten kaufe ich Produkte mit dem Bio Suisse Label oder vom EU-Bio-Label.

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

Labels geben mir Sicherheit, dass die jeweiligen Standards eingehalten werden.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Ja, weil es besser für die Umwelt ist, besser für die Biodiversität und es sind gesündere Nahrungsmittel. Ich finde den Umgang mit der Natur ist wichtig.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja, auf jeden Fall. Vor allem weil mir nicht bewusst war, dass tierische Bestandteile eingesetzt werden. Ich habe bis jetzt Demeter gekauft, weil dieses Label die strengsten Richtlinien hat.

Interview 4:

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Veganer4	Vegan, seit 7 Jahren	34	W	Marketing HF

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Habe ich schon gehört, ich denke es ist eine Kombination zwischen bio und vegan.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Ich achte auf Regionalität, ich kaufe oft auch direkt bei Bauern, ausserdem achte ich auf vegan, das Fleisch für den Hund ist bio.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Nein, ich finde aber die Produkte von Attila Hildmann gut.

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

Keines, ausser Attila Hildmann, ich finde es gute Produkte.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Ja, aber Regionalität ist mir wichtiger. Ich kaufe bio aus verschiedenen Gründen: Ich achte sehr auf Nachhaltigkeit, ausserdem möchte ich auf chemische Zusatzstoffe verzichten.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja, auf jeden Fall. Ich möchte lieber Lebensmittel wo kein Tier drin ist.

Interview 5

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Veganer5	Vegan, seit 6 Jahren	30	W	Hundetrainer

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Ja, ich denke es ist bio aber ohne tierische Hilfsmittel in der Produktion.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Ich achte auf vegan, regional, saisonal und unverpackt. Ausserdem gehe ich manchmal direkt zum Bauern.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Nein

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

-

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Nein, eher nicht.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja. Ich bevorzuge Produkte ohne tierische Bestandteile.

Interview 6

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Veganer6	Vegan, seit 5 Jahren	43	M	Innenarchitektur

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Nein

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Ich achte auf vegan, bio, zero-waste und Regionalität.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Offizielle Label

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

So kann ich sicher gehen, dass gewisse Standards eingehalten werden.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Ja, wegen der Umwelt und Gesundheit.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja, ich würde mich freuen, wenn es kommen würde. Ich mag lieber Lebensmittel die pflanzlich hergestellt wurden.

Interview 7

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Flexiganer1	Vegetarier, Flexiganer	31	W	Fachausweis HR

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Ich denke, dass es eine Kombination zwischen vegan und bio ist.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Ich achte darauf, dass meine gekauften Produkte mehrheitlich bio und vegetarisch sind. Ich trinke keine tierische Milch aber zum Teil Eier.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Ich mag die Marke Karma von Coop. Ich vermeide Produkte von Nestlé.

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

Ich finde es gute Produkte.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Ich bin der Überzeugung, dass es bessere Produkte und besserer Geschmack sind. Ich vermeide Giftstoffe.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja. Es ist erschreckend zu sehen, dass in der Landwirtschaft so viele nicht einmal vegetarische Bestandteile eingesetzt werden.

Interview 8

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Flexiganer2	Flexiganer, ab und zu Fleisch	21	M	Kaufmännische Berufsmatura.

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Ja, ich denke es sind bio Produkte, welche in der Produktion vegan sind.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Ich achte auf Regionalität und saisonale Produkte. Ausserdem achte ich teilweise auf bio und den Preis.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Ich bevorzuge Fairtrade.

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

Ich gehe davon, dass die Produzenten finanziell und fair entlohnt werden.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Ja, teilweise, weil ich davon ausgehe, dass diese Produkte umweltschonender als Konventionelle produziert werden.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja, es wäre sicher hilfreich.

Interview 9:

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Flexiganer3	Vegetarier	26	W	Betriebsökonomie

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Nein, nicht bewusst.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Ich achte darauf, dass die Produkte lokal, saisonal und unverpackt sind, sowie keine E-Stoffe enthalten.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Ich bevorzuge die Label «Aus der Region», Bio, aber nur wenn nicht verpackt, lokale Labels und Fairtrade.

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

Sie helfen zur Orientierung, man kann sich darauf verlassen, dass die Herstellung gemäss den jeweiligen Richtlinien vorstattengeht.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Ja, grundsätzlich, wenn es zu teuer ist nicht. Ich kaufe eher regional vom Bauern meine Produkte ein.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Nicht sehr. Ich schaue eher auf Regionalität. Bio-vegan geht für mich einen Schritt zu weit. Ich denke es ist für die Massenproduktion schwierig umzusetzen.

Interview 10:

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Flexiganer4	Flexiganer	26	W	Master The- ologie

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Nein, aber ich könnte mir vorstellen es ist eine Kombination von veganen und bio Produkten.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Ich achte auf Saisonalität und Regionalität. Ausserdem achte ich auf Gemüse im Angebot. Bio ist nicht so wichtig (Schweizer eher IP). Aber bei Produkten von weit weg bevorzuge ich eher Bio.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Fairtrade (Organgensaft, Kaffee). Fairtrade ist mir wichtiger als Bio. Ausserdem achte ich auf «Aus der Region». Zudem gehe ich auf den Wochenmarkt.

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

Bei Fairtrade = Ich möchte unmenschliche Bedingungen vermeiden und, dass Sozialstandards und eine faire Entlohnung eingehalten werden.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Eher nicht. Qualität ist mir aber sehr wichtig.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja, aber es bräuchte bei der Einführung eine Kampagne um so mehr Leute anzusprechen und zu informieren.

Interview 11:

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Flexiganer5	Flexiganer	26	W	Master Psychologie

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Nein, habe ich noch nicht gehört, ich könnte mir vorstellen vegan und bio,

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Ich achte auf Regionalität und Lokalität. Ausserdem achte ich auf Fairtrade und ab und zu auf bio.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Ja, manchmal durch Vergleiche Fairtrade.

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

Es sind unterschiedliche Gründe, zum einen ethische Gründe, dann ökologische Gründe (Regionalität, Lokalität) und gesundheitliche Gründe. Eigentlich eine Mischung von allem.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Ab und zu durch Vergleiche wie Preis oder Qualität.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja, sehr hilfreich, ich muss aber dem Label vertrauen können und bräuchte mehr Informationen dazu.

Interview 12:

Befragter	Ernährung	Alter	Geschlecht	Ausbildung
Flexiganer6	Flexiganer, ab und zu Fleisch	55	W	Kauffrau

- Kennen Sie den Begriff bio-vegan?

Ich denke es bedeutet Bio und vegan.

- Worauf achten Sie bei der Auswahl von Esswaren/Nahrungsmittel bei einem Einkauf?

Bei tierischen Produkten achte ich auf artgerechte Haltung. Wenn möglich Produkte aus der Schweiz oder regional. Eher saisonal.

- Bevorzugen Sie gewisse Labels, wenn Sie einkaufen gehen?

Fairtrade und Naturaplan.

- Aus welchen Gründen bevorzugen Sie die erwähnten Labels?

Bei Fairtrade sind es bessere Löhne und soziale Bedingungen. Naturaplan ist besser für die Natur.

- Achten Sie auf biologischen Anbau beim Kauf von Lebensmitteln? Weshalb ja, weshalb nein?

Teils, teils. Früher eher weniger, für nur noch zwei Personen kann man es sich besser leisten. Ich achte lieber auf den Preis als auf den biologischen Anbau.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Eher ja. Es ist wichtig zu wissen, welche Produkte wirklich vegan sind. Ich lehne tierische Bestandteile nicht ab, finde es aber gut eine Option zu haben.

Fragen an Produzenten:

- Wie profitieren Sie von Labels in Ihrer Branche?
- Welche Labels benutzen Sie auf Ihrem Hof?
- Aus welchen Gründen haben Sie sich für diese Labels entschieden?
- Welche Labels würden für Sie auch noch in Frage kommen?
- Für welche Labels würden Sie gerne auch noch produzieren?
- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?
- Würde ein bio-vegan Label ein Umsatzanstieg für Sie bedeuten?
- Denken Sie die Konsumenten wissen, was für Hilfsstoffe / Ressourcen für den Anbau von den gekauften Lebensmitteln eingesetzt werden?
- Wissen Sie warum die Leute nicht vegan einkaufen? Wo in der Wertschöpfungskette liegt ein Problem? Was müsste geändert werden, dass die veganen Produkte in den Markt kommen?

Interview 1:

Hof Narr	Landwirt 1	Ausschliesslich vegan und Bio zertifiziert.
----------	------------	---

- Wie profitieren Sie von Labels in Ihrer Branche?

Unsere Konsumenten kaufen bei uns ein, weil wir vegan produzieren und die meisten wissen auch ohne bio-vegan Label, dass wir vegan produzieren. Mit einem bio-vegan Label würden wir jedoch noch mehr Konsumenten von weiter weg ansprechen. Einen Mehrwert wäre für uns auf jeden Fall vorhanden.

Mit Labels profitieren wir vor allem in der Kundenakquisition. Die Konsumenten in der Schweiz vertrauen den meisten Labels, sie haben auch einen guten Ruf. Jedoch birgt die hohe Anzahl an verschiedenen Labels ein Risiko an Unübersicht bzw. Labeldschungel.

- Welche Labels benutzen Sie auf Ihrem Hof?

Unser Betrieb ist Bio zertifiziert.

- Aus welchen Gründen haben Sie sich für diese Labels entschieden?

Wir denken, dass das Bio Knospe Label zurzeit das bestmögliche Umweltlabel in der Schweiz ist. Da uns die Umwelt sehr wichtig ist, haben wir uns für dieses Label entschieden. Wir möchten mit unserem Anbau so wenig der Umwelt schaden wie möglich.

- Welche Labels würden für Sie auch noch in Frage kommen?

Wir mögen die Kriterien des Demeter-Labels. Jedoch sind wir zu klein, um alle Kriterien umzusetzen. Ausserdem lehnen wir die Kriterien, wobei tierische Hilfsstoffe eingesetzt werden ab. Wir produzieren bereits auf einigen unseren Flächen nach Demeter aber in veganer Form.

Das bio-vegan Label würde für uns auch in Frage kommen.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Ja. Wir denken es könnte einen Mehrwert für uns bringen und wir könnten mit einem bio-vegan Label Konsumenten von weiter weg anlocken.

Wir wären jedoch von Mund zu Mund Propaganda angewiesen.

- Würde ein bio-vegan Label ein Umsatzanstieg für Sie bedeuten?

Ja. Wir denken es könnte einen Mehrwert für uns bringen und wir könnten mit einem bio-vegan Label Konsumenten von weiter weg anlocken.

- Denken Sie die Konsumenten wissen, was für Hilfsstoffe / Ressourcen für den Anbau von den gekauften Lebensmitteln eingesetzt werden?

Nein. Die meisten Konsumente wissen das nicht.

- Wissen Sie warum die Leute nicht vegan einkaufen? Wo in der Wertschöpfungskette liegt ein Problem? Was müsste geändert werden, dass die veganen Produkte in den Markt kommen?

Es gibt zu wenige bio-vegane Produzenten.

Interview 2:

Biohof Tannacker	Landwirt 2	Ausschliesslich vegan und Bio zertifiziert.
------------------	------------	---

- Wie profitieren Sie von Labels in Ihrer Branche?

Bio-Label macht viel aus, wir haben eine Direktvermarktung, verkaufen aber unsere Produkte auch in Bio-Läden und auf dem Wochenmarkt. Die Leute schauen schon darauf, dass die Produkte bio gelabelt sind. Es ist gut für unseren Umsatz.

- Welche Labels benutzen Sie auf Ihrem Hof?

Bio Suisse und Pro Specie Rara

- Aus welchen Gründen haben Sie sich für diese Labels entschieden?

Mir ist wichtig biologisch zu produzieren aus ökologischen Gründen. Wir finden Bio Suisse Knospe ein gutes Label. Es ist bei den Konsumenten bekannt. Pro Specie Rara haben wir, weil gerne alte Sorten unterstützen möchten.

- Welche Labels würden für Sie auch noch in Frage kommen?

Eher keine.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Wir haben uns bereits über das Englische und das Biocyclic-Network-Label informiert. Ein Label ist für uns jedoch nicht sehr interessant. Denn viele unserer Kunden schauen nicht, darauf ob bio-vegan produziert wird. Die, die darauf schauen, wissen, dass wir vegan produzieren. Wir halten keine Tiere und benutzen keinen tierischen Dünger etc. Die biozyklischen Richtlinien passen in einigen Punkten nicht zu unserem Anbau. Wir benutzen gerne Nützlinge, um Schädlinge zu bekämpfen beispielsweise und das könnte man mit dem Label nur noch eingeschränkt machen.

- Würde ein bio-vegan Label ein Umsatzanstieg für Sie bedeuten?

Nein, denn für unsere Vermarktung braucht es kein bio-vegan Label.

- Denken Sie die Konsumenten wissen, was für Hilfsstoffe / Ressourcen für den Anbau von den gekauften Lebensmitteln eingesetzt werden?

Sehr unterschiedlich. Aber die Mehrheit wahrscheinlich nicht.

- Wissen Sie warum die Leute nicht vegan einkaufen? Wo in der Wertschöpfungskette liegt ein Problem? Was müsste geändert werden, dass die veganen Produkte in den Markt kommen?

Die Konsumente wollen zum Teil nicht vegan einkaufen. Es wird meiner Meinung nach, zu wenig bio-vegan produziert. Es gäbe sicher genug Konsumente, die solche Produkte kaufen würden.

Ein grösserer bio-veganer Produzent bräuchte einen Zugang zu urbanen Kreisen. Dort vermute ich den grössten Absatzweg.

Interview 3:

Farngut	Landwirt 3	Einzelne Parzellen vegan und Bio zertifiziert.
---------	------------	--

- Wie profitieren Sie von Labels in Ihrer Branche?

Gutes Image, die Leute kennen das Label Bio Knospe und haben Vertrauen in dieses.

- Welche Labels benutzen Sie auf Ihrem Hof?

Bio Knospe und Pro Specie Rara

- Aus welchen Gründen haben Sie sich für diese Labels entschieden?

Es ist gut, dass zwischen konventionell und bio unterschieden wird. Bio ist für die Umwelt besser.

- Welche Labels würden für Sie auch noch in Frage kommen?

Keine, zu viele Labels generieren eine Überforderung für die Konsumenten. Einige Labels sind meiner Meinung nach nur Marketingstrategien.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Nein, aber ich unterstütze die bio-vegane Landwirtschaft. Es muss in die vegane Richtung gehen, aber auch ohne Label.

- Würde ein bio-vegan Label ein Umsatzanstieg für Sie bedeuten?

Nein, wir sind nur bio zertifiziert und möchten kein weiteres Label. Ich bin der Meinung, dass Bio Knospe sich weiterentwickeln muss. Es ist in den letzten Jahren bei der Entwicklung stehen geblieben. Es ist dringend Handlungsbedarf nötig. Super wäre, wenn das Bio Knospe Label in die bio-vegane Richtung gehen würde.

- Denken Sie die Konsumenten wissen, was für Hilfsstoffe / Ressourcen für den Anbau von den gekauften Lebensmitteln eingesetzt werden?

Nein, sie sind es sich nicht bewusst.

- Wissen Sie warum die Leute nicht vegan einkaufen? Wo in der Wertschöpfungskette liegt ein Problem? Was müsste geändert werden, dass die veganen Produkte in den Markt kommen?

Es gibt immer mehr Produkte. Einen grossen Teil der Leute interessiert es gar nicht. Aber für diejenigen die vegan sind, gibt es einige Produkte. ich wünsche mir aber mehr vegane Produkte. Es wird sich durchsetzen. Im Moment ist es nur eine Nische, aber Veganismus kommt immer wie mehr.

Interview 4

Brunner Eichhof	Landwirt 4	Per Zufall einige Parzellen vegan, Bio zertifiziert.
-----------------	------------	--

- Wie profitieren Sie von Labels in Ihrer Branche?

Ein Label ist ein guter Botschafter. Da die Leute unser Label kennen, möchten sie auch solche Produkte.

- Welche Labels benutzen Sie auf Ihrem Hof?

Bio Knospe und Pro Specie Rara

- Aus welchen Gründen haben Sie sich für diese Labels entschieden?

Bio: Nahegelegen, da konventionell nicht in Frage kommt aus ökologischen Gründen und für Demeter habe mich bewusst nicht entschieden, weil es zu esoterisch ist.

Pro Specie Rara: Ich unterstütze gerne alte Sorten, denn sie würden verloren gehen, wenn niemand mehr sie anbaut. Ich mag, dass es keine Hybride sind.

- Welche Labels würden für Sie auch noch in Frage kommen?

Wir haben im Prinzip eine Direktvermarktung mit unserem Label Brunner Eichhof und daher eher nicht.

- Würden Sie ein bio-veganes Label in Betracht ziehen?

Eher nicht. Es ist für mich nicht zielführend. Für mich gehört zu einem natürlichen Kreislauf Tiere. Wiederkäuer gehören für eine gute Bodenernährung dazu. Aber nicht so viel wie jetzt. Ich halte nichts von Massentierhaltung und zu viele Tiere sind wiederum schlecht für die Umwelt. Es sollten nicht zu viele Nutztiere gehalten werden, aber keine sind auch nicht gut.

- Würde ein bio-vegan Label ein Umsatzanstieg für Sie bedeuten?

Nein.

- Denken Sie die Konsumenten wissen, was für Hilfsstoffe / Ressourcen für den Anbau von den gekauften Lebensmitteln eingesetzt werden?

Nein. Die meisten Konsumente denken, dass beim Bio-Label gar nichts an Hilfsstoffen gebraucht wird.

- Wissen Sie warum die Leute nicht vegan einkaufen? Wo in der Wertschöpfungskette liegt ein Problem? Was müsste geändert werden, dass die veganen Produkte in den Markt kommen?

Keine Ahnung.

Interview bio.inspecta:

- Wären Sie bereit die Zertifizierung in der Schweiz vorzunehmen?

Bei genügend Interesse von Produzenten und Konsumenten würden wir die Zertifizierung machen. Ein bio-veganes Label würde in unser Sortiment passen.

- Haben schon viele Produzenten bei Ihnen bezüglich des Labels angefragt?

Nein, Produzenten haben uns noch nicht bezüglich eines bio-vegan Labels kontaktiert, eher Konsumenten. Aber eher im Bereich Verarbeitung der Produkte und nicht im Bereich Herstellung.

- Lohnt sich dieses Label Ihrer Meinung nach?

Man müsste auf dem aufbauen auf dem was besteht, Labels welche im Ausland bestehen verwenden. Für Konsumenten ist ein solches Label eine gute Sache. Für Produzenten, nur aus wirtschaftlichen Gründen. Es braucht einen Markt. Niemand macht es aus Spass. Solange die Produzenten nicht ein solches Label verlangen, lohnt es sich nicht. Nur fünf Produzenten würden nicht reichen. Für bio-vegan bräuchte es mindestens 150 Produzenten. Ein Beispiel ist das Label Albina vera, dies hat ist auch an der Grenze mit der Anzahl Produzenten.

- Gab es das Label schon einmal in der Schweiz? Warum nicht mehr?

Nein, nicht bei bio.inspecta. Das strengste ist Demeter.

- In welchen Ländern sind Sie für die Zertifizierung für das bio-vegan Label zuständig?

Wir sind weltweit zuständig. Wir haben mit ceres fusioniert. Wir haben Büros in Albanien, Türkei, Österreich. Es wäre möglich mit Partnerstellen das bio-vegan Label auch im Ausland zu zertifizieren. Wir haben Akkreditierungsstellen im Ausland (z.B. Ceres).

E-Mail von Bernd Kugelmann

Hallo Frau Maag,

vielen Dank für Ihr Interesse, es gibt zwei verschiedenen Labels das vom Förderkreis ist kostenpflichtig weil eine griechische Limited dahinter steht unser unten ist kostenfrei. Die Richtlinien sind identisch da von unserem Verein entwickelt und kann von jeder Bio Kontrollstelle kontrolliert werden. Das Label und die Richtlinien unseres Vereins sind zusätzlich patentiert und somit auch eingetragen und geschützt. Aktuell produzieren nach unseren Richtlinien in unserem Verein 6 Betriebe Biozyklisch vegan jedoch will keiner sich zertifizieren lassen weil das Zertifikat nicht nachgefragt wird da es für die Ware keinen, oder noch keinen Markt gibt. Die wenigen Veganer die danach fragen reichen nicht aus um diese Produktionsweise regional zu betreiben.

Mit freundlichen Grüßen aus Kandel

Bernd Kugelmann

E-Mail von Anja Bonzheim

Hallo Tasmin,

Anbei findest du meine Antworten.

- Wie erfolgreich ist das Label?

Derzeit auf dem Markt noch selten gelistet. Es braucht mehr Aufklärungs- und Sensibilisierungsarbeit für Einkäufer*innen des LEH und GH.

- Wie viele Produzenten sind zertifiziert?

In Deutschland ab diesem Sommer 4, in der Schweiz 1, ein Österreich/Ungarn 1, in Frankreich 1, in Holland 3, in GR/CY etwa 60. Es wächst langsam, aber stetig.

- Was sind die Vertriebswege der bio-vegane Produkte?

Noch unklar. Derzeit existiert ein Onlineshop (bio-vegan-bestellen.de), weiterhin vermarktet die BayWa biozyklisch-vegane Äpfel, ein Großhändler in Hessen steht in den Startlöchern und möchte bzw Ware vor allem bei REWE unterbringen, zudem gibt es natürlich Direktvermarktung von den Höfen. Mehrere österreichische Läden verkaufen schon bzw Zitrusfrüchte, ab und an gibt es sie auch bei HIT. Bzv Olivenöl gibt es auch bei direct-friendly.de

- Wie ist die Nachfrage nach Zertifizierungen?

Wachsend

Liebe Grüße, Anja

Anhang 3: Poster

Maag Tasmin
16.07.2020



LANDWIRTSCHAFT OHNE TIERE - BRAUCHT ES EIN BIO-VEGANES LABEL?

Einleitung

Es gibt immer mehr Veganer weltweit und auch in der Schweiz ist ein Trend zu sehen [1]. Im Schweizer Handel werden bereits einige Labels verwendet, welche die vegane Verarbeitung von Konsumgütern prüfen und dem Konsumenten ersichtlich machen. Ein veganes Label prüft jedoch nicht, wie die Produkte aus der Landwirtschaft produziert bzw. angebaut werden. Im Ausland existieren für den veganen Landbau bereits entsprechende Labels. Ein solches Label nennt sich bio-vegan. Ziel vorliegender Arbeit war eine Analyse der bestehenden Labels zur veganen Landwirtschaft und eine Prüfung des Marktpotentials eines bio-vegan Labels in der Schweiz.

Methode

Nach einer Literaturrecherche wurde eine qualitative Forschung anhand von durchgeführten teil-strukturierten Leitfaden-Interviews geführt. Befragt wurden sechs Veganer und sechs Flexigener. Ausserdem wurden zwei vegan wirtschaftende Landwirte und zwei ausschliesslich biologisch Wirtschaftende interviewt.

Ergebnisse/Resultate

Bei den Interviews zeigte sich die Unwissenheit der Konsumenten zum Einsatz tierischer Bestandteile bei der Produktion landwirtschaftlich produzierter Lebensmittel.

Alle Veganer würden ein bio-vegan Label beim Einkaufen in Betracht ziehen. Obwohl die meisten Teilnehmer nicht wussten, wie bio-vegan zu definieren ist, finden alle Veganer ein solches Label sinnvoll. Wie zu erwarten, findet das Label nicht bei allen Flexigenern Anklang, da diese nicht auf tierische Produkte verzichten. Überraschend ist die Mehrzahl der Befürworter eines bio-veganes Labels. Der Grund liegt wahrscheinlich darin, dass Flexigener vor allem aufgrund öko-logischer und ethischer Motive biologische Lebensmittel einkaufen.

Aus den Resultaten geht hervor, dass es Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz gibt, welche bereits vegan produzieren. Einige jedoch nur einzelne Parzellen.

Es kristallisiert sich heraus, dass die meisten Landwirte denken, dass zu viele Labels zu einer Überforderung bei den Konsumenten führen kann und ein neues zusätzliches Label gut überlegt sein sollte.

Gemäss Resultate bräuchte es mehr Betriebe, welche bio-vegan produzieren, damit sich ein solches Label lohnen würde. Die meisten Befragten denken, dass vegane Produkte in der Zukunft vermehrt nachgefragt werden und die Landwirtschaft sich in eine vegane Richtung bewegen muss.



Abbildung 1: Wunsch nach einem bio-veganes Label der befragten Konsumenten (eigene Darstellung)

Diskussion

Gemäss den Resultaten ergibt sich die Hypothese, dass es einen Bedarf nach einem Label für vegane Produktionsweisen seitens der Schweizer Konsumenten gibt. Die Mehrheit der befragten Konsumenten wünschen sich, nachdem diese in Bezug auf die vegane Landwirtschaft, aufgeklärt worden sind, ein bio-vegan Label auf dem Schweizer Markt.

Seitens der Bio-Produzenten kann die Hypothese aufgestellt werden, dass zwar ein Interesse an veganer Landwirtschaft vorhanden ist, jedoch ein Label derzeit noch nicht in Frage kommt. Nur einzelne Landwirte sind an einem bio-veganes Label interessiert. Der Markt ist zum derzeitigen Zeitpunkt noch zu klein, für das sich ein entsprechendes Label lohnen würde.

Quellen: [1] Swissveg. (2020, Juli 1). Umfrage zu den Vegetariern und Veganern in der Schweiz. Zugriff am 6.7.2020. Verfügbar unter: /veg-umfrage