

Zusammenfassung

Biologisch produzierte Lebensmittel finden in Österreich den größten Absatz über die Handelsmarken der Lebensmitteleinzelhändler, die ihre Stellung am Markt durch Fernsehwerbung zu erweitern versuchen. In dieser Forschung wurde untersucht, wie die ökologische Landwirtschaft in den Fernsehwerbungen der drei größten Biohandelsmarken Österreichs dargestellt wird und wie diese die Wahrnehmung der BetrachterInnen zum Thema Biolandbau beeinflussen. Dazu wurde eine Inhaltsanalyse der Fernsehwerbungen dreier Marken mit zuvor gebildeten Kategorien basierend auf einer interdisziplinär umweltwissenschaftlichen Literaturstudie durchgeführt. Die Ergebnisse wurden den Aussagen zwölf leitfadengestützter Interviews der BetrachterInnen gegenübergestellt. Der Biolandbau wird in den Werbungen meist mittels Naturlandschaften und Bauernhofidylle dargestellt. Die Interviews zeigten, dass ein Wissen um die Vorteile und Grenzen der biologischen Landwirtschaft eher mit einer starken Befürwortung und auch einem Kauf von Bioprodukten einhergeht.

Schlagworte: Biologischer Landbau, Werbung, Lebensmitteleinzelhandel, Handelsmarken

Abstract

In Austria, organically produced food is mainly sold via food retailers under their own label. Perfectly placed television adds helps to improve their market share. The main goal of the research was to reveal how organic farming is presented on television during their advertisements amongst the three biggest organic labels. Both, in sound and vision. Therefore an interdisciplinary literature study on organic farming and sustainability was accomplished from which categories for the adjacent content analysis of the advertisement were inferred. Further, the impact of this representation on the general perception of organic farming is investigated through twelve guided interviews held with beholders of the advertisement department. The interviews revealed that the knowledge about the advantages as well as the limitations of organic farming results in endorsement of this farming system and its products.

Organic farming, advertisement, food retailing, label
