



Wer, wann und wo – die Identifikation von Stellschrauben beim Fleischkonsum

- (1) The old man and the meat: on gender bias in meat consumption
- (2) «Steak, please» Exploring the relation between meat consumption and eating out by using a Latent Class Model

Christian Ritzel & Stefan Mann

SGA-Tagung 19. März 2021



(1) The old man and the meat: on gender bias in meat consumption

Motivation

- Bestimmte Nahrungsmittel werden mit Männlichkeit assoziiert (z.B. rotes Fleisch und Bier), und andere mit Weiblichkeit (z.B. Tofu und Gemüse) (Sumpter, 2003)
- Männer weisen häufig einen höheren Fleischkonsum auf als Frauen («Gender-Effekt») (Modlinska et al., 2020)

Forschungsfrage

- Ab welchem Alter wird der «Gender-Effekt» beim Fleischkonsum sichtbar?

Hypothese

- Erst mit dem Bewusstsein über die eigene Geschlechtsidentität (ab einem Alter von vier Jahren) wird der «Gender-Effekt» sichtbar.

Daten und Methode

- Konsumdaten (Lebensmittel und Getränke) aus dem US National Health and Nutrition Examination Survey (NHANES) (NCHS, 2020)
- Negative Binomial Regression für sieben Altersklassen
- Abhängige Variablen: Anteil Fleisch bzw. Anteil rotes Fleisch an gesamter Nahrungsmittelzufuhr (in %)
- Unabhängige Variablen: Soziodemographische Charakteristika (auf individueller oder Ebene Haushalt)

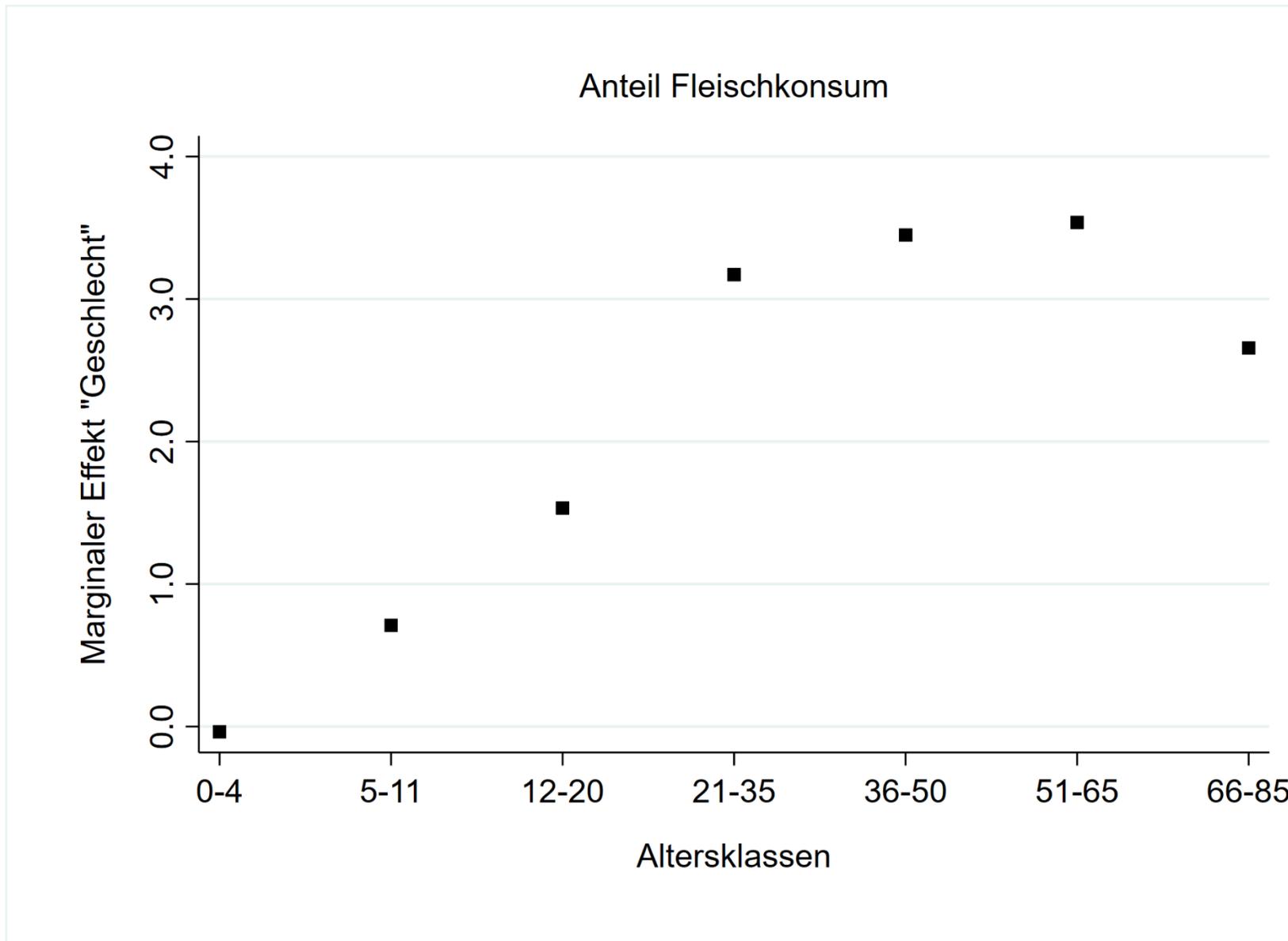


Abb.: Marginale Effekte «Geschlecht» für sieben Altersklassen



(2) «Steak, please» Exploring the relation between meat consumption and eating out by using a Latent Class Model

Motivation

- «Hedonistischer Fleischkonsum» (Audebert et al., 2006)
- Fleisch wird besonders gerne an «speziellen» Anlässen konsumiert (z.B. Restaurantbesuch, Geburtstagsfeier) (Ma et al., 2006)

Forschungsfragen

- Bestehen unterschiedliche Konsumentenklassen bezüglich Fleisch- und Ausserhauskonsum?
- Wenn ja, wie häufig sind diese Klassen innerhalb der Gesamtpopulation?

Hypothese

- Es gibt mindestens eine Klasse, die viel Fleisch ausser Haus konsumiert, und mind. eine Klasse, die wenig Fleisch zu Hause konsumiert.

Daten und Methoden

- Konsumdaten NHANES (NCHS, 2020)
- Latente Klassenanalyse (auf Basis von Anteil Fleischkonsum und Anteil Ausserhauskonsum) + ordinal logistische Regression (Identifikation der soziodemographischen Charakteristika)



Studie (2) «Steak, please» Exploring the relation between meat consumption and eating out by using a Latent Class Model

Resultate

- *Klasse 1 «Die Wohlhabenden» (27.5%)*
 - Anteil Fleisch (16.8%), Anteil ausser Haus (60.3%)
 - Weiblich und jung, stammt aus einem wohlhabenden und gut gebildeten Haushalt
- *Klasse 2 «Fleischliebhaber» (7.4%)*
 - Anteil Fleisch (49.2%), Anteil ausser Haus (27.3%)
 - Männlich und alt, stammt aus eher ärmeren Verhältnissen mit geringer Bildung
- *Klasse 3 «Kinder» (23.1%)*
 - Anteil Fleisch (7.9%); Anteil ausser Haus (15.7%)
 - Eltern sind verheiratet, tendenziell Grossfamilien mit hohem Einkommen aber geringer Bildung
- *Klasse 4 «Gemässigt zu Hause» (42.0%)*
 - Anteil Fleisch (15.5%), Anteil ausser Haus (13.7%)
 - Weiblich, alt und verheiratet, stammt aus eher ärmeren Verhältnissen mit geringer Bildung



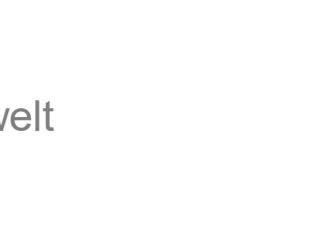
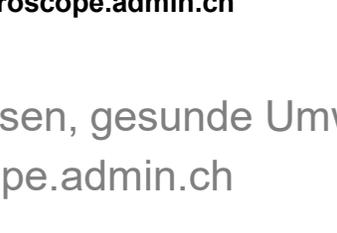
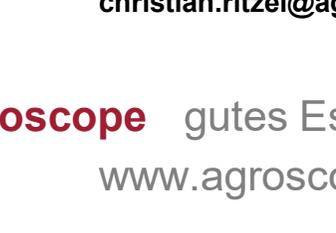
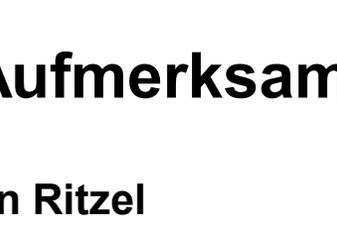
Zusammenfassung

Studie (1)

Unterschiede beim Fleischkonsum zwischen Mann und Frau ergeben sich erst, wenn die Geschlechtsidentität ausgebildet ist → Rolle der Erziehung zur Abschwächung von destruktivem Verhalten bei Männern in Bezug auf Umwelt

Studie (2)

«Polarisierung» bei Konsummustern: «Mehr Fleisch ausser Haus & weniger Fleisch zu Hause»
→ Hinterfragung des hedonistischen Konsumverhaltens (Verhaltensänderung im Konsum)



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Christian Ritzel
christian.ritzel@agroscope.admin.ch

Agroscope gutes Essen, gesunde Umwelt
www.agroscope.admin.ch





Literatur

Audebert, O., Deiss, V. & Rousset, S. (2006). Hedonism as a predictor of attitudes of young French women towards meat. *Appetite*, 46(3), 239–247.

Ma, H. Huang, J., Fuller, F. & Rozelle, S. (2006). Getting Rich and Eating Out: Consumption of Food Away from Home in Urban China. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, Vol. 54(1), 101–119.

Modlinska, K., Adamczyk, D., Maison, D. & Pisula, W. (2020). Gender Differences in Attitudes to Vegans/Vegetarians and Their Food Preferences, and Their Implications for Promoting Sustainable Dietary Patterns—A Systematic Review. *Sustainability* 2020, 12, 6292; doi:10.3390/su12166292.

NCHS (2020). NHANES Questionnaires, Datasets, and Related Documentation. <https://wwwn.cdc.gov/nchs/nhanes/Default.aspx>.

Sumpter, K.C. (2003). Masculinity and Meat Consumption: An Analysis Through the Theoretical Lens of Hegemonic Masculinity and Alternative Masculinity Theories. *Sociology Compass* 9/2 (2015): 104–114, 10.1111/soc4.12241.