

Masterlehrgang Eventmanagement

Masterarbeit

**Die Bedeutung von
kulinarischer Verpflegung
für Besucher*innen
einer Sportveranstaltung**

von:

Bettina Scheffenacker, BSc
mev224303

Begutachter:
Prof. (FH) Mag. Harald Rametsteiner

St. Pölten, 06.09.2023

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere, dass

- ich diese Masterarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.
- ich dieses Masterarbeitsthema bisher weder im Inland noch im Ausland einem Begutachter / einer Begutachterin zur Beurteilung oder in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Diese Arbeit stimmt mit der vom Begutachter/von der Begutachterin beurteilten Arbeit überein.

Salzburg, 06.09.2023

.....

Ort, Datum

.....

Unterschrift

Zusammenfassung

Sportveranstaltungen sind für unsere Gesellschaft von großer Bedeutung. Sie bieten heute wie damals einen enormen Erlebnis- und Unterhaltungsfaktor. Ob Amateur- oder Profisportveranstaltungen, Sportevents zählen zu den wichtigsten Ereignissen weltweit. Neben dem Sport ist dabei das Verpflegungsangebot unabhängig von der Größe der Veranstaltung ein essentieller Teil. Dabei ist es wichtig, für die Besucher*innen ein unvergessliches Geschmackserlebnis zu erzeugen, welches auch nach der Sportveranstaltung positiv in Erinnerung bleibt. Um die Zufriedenheit aller Gäste zu gewährleisten muss beim Eventcatering jeder Ernährungstyp berücksichtigt und somit ein großes Angebot geschaffen werden. Unsere Ernährung steht unter einem durchgehenden Wandel: zukünftig wird sich unser Speiseplan aus noch mehr Nahrungsmittel als bisher zusammensetzen, wodurch das Verpflegungsangebot einer Sportveranstaltung stets angepasst werden muss. Ein weiterer relevanter Faktor ist die Nachhaltigkeit. Saisonale, regionale, ökologisch angebaute sowie fair gehandelte Produkte müssen bevorzugt und zudem eine zu hohe Müllproduktion vermieden werden.

Aufgebaut auf der theoretischen Grundlage wurde im Zuge dieser Arbeit eine empirische Studie durchgeführt, um die Bedeutung des Verpflegungsangebots für die Besucher*innen einer österreichischen Sportveranstaltung zu untersuchen. Die Datenerhebung erfolgte mittels quantitativem Online-Fragebogen. Die Stichprobe umfasste 205 Salzburger*innen, welche bereits eine Sportveranstaltung in Österreich vor Ort besucht hatten. Die Resultate zeigen, dass den Befragten die Verpflegung bei einer Sportveranstaltung wichtig ist. Getränke haben für die Proband*innen einen höheren Wert als Speisen und werden zudem häufiger konsumiert. Das beliebteste Speiseangebot ist die Mischkost. Vegetarische Speisen werden vor allem von Frauen bevorzugt. Zudem betonen die Besucher*innen die Wichtigkeit eines nachhaltigen Verpflegungsangebotes. Außerdem erwarten sich die Proband*innen in Zukunft bei der Verpflegung primär mehr Regionalität, mehr Auswahl an Speisen, mehr vegetarische Gerichte sowie mehr Bioqualität. Schlussendlich konnte im Zuge dieser Arbeit festgestellt werden, dass die Verpflegung bei einer österreichischen Sportveranstaltung aus Sicht der Besucher*innen eine wichtige Rolle spielt und diese unumgänglich ist.

Abstract

There is no underestimating the importance of sporting events in society. From the earliest times, they have created shared experiences with a high entertainment value. Whether amateur or professional, a sporting event will often have a high worldwide profile. In addition to the sport itself, the catering offer is also an essential part of the event. Regardless of the sporting event's size, catering should not be absent. It is important to create an unforgettable taste experience for the visitor, which will be remembered positively even after the sporting event has finished. To ensure the satisfaction of all guests, different dietary requirements must be considered, which means that a wide variety of food must be included in the catering offer. As our diets evolve, a greater range of foodstuffs will need to be considered, and therefore catering at sporting events will need to adapt and change. Another relevant factor is sustainability. Seasonal, regional, organically grown and fair-trade products must be prioritised and excessive production of waste should be avoided.

Based on knowledge gained from research and literature, an empirical study was carried out during the course of this work, to examine the importance of the catering offer for a sample of 205 visitors from Salzburg to an Austrian sporting event. The data was collected using a quantitative online questionnaire. The results clearly underlined the importance of catering at sporting events for the study participants. Drinks had a higher value for visitors than food and were consumed more frequently. The most preferred meal was the mixed diet. Vegetarian dishes were mainly preferred by women. Moreover, visitors emphasised the importance of sustainability in the catering offer. The study sample expected to see greater regionality, a wider choice, more vegetarian dishes and more organic food in the future. The study concluded that catering at the Austrian sporting event studied was an indispensable part of the visitor experience.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Thematik und Problemstellung	1
1.2	Ableitung der Forschungsfragen	3
1.3	Zielsetzung	4
1.4	Aufbau und Methodik der Arbeit	4
2	Forschungsstand	9
3	Grundlagen Sportveranstaltungen	23
3.1	Definition Sportveranstaltungen	23
3.2	Geschichte Sportveranstaltungen	26
3.3	Hauptakteure internationaler Sporthevents	32
3.4	Sportveranstaltungen nach Größenformat.....	36
3.5	Sportveranstaltungen in Österreich	38
3.6	Zwischenfazit	39
4	Ernährung des Menschen	41
4.1	Definition Ernährungswissenschaft	41
4.2	Ernährung damals und heute	44
4.3	Zukunft der Ernährung	52
4.4	Zwischenfazit	59
5	Verpflegungsangebot Sportveranstaltungen.....	61
5.1	Speisen und Getränke.....	61
5.2	Vegetarisch, vegan und flexitarisch	68
5.3	Nachhaltigkeit und Umwelt	70
5.4	FAIRTRADE Österreich.....	74
5.5	Zwischenfazit	77

6	Methodischer Teil	79
6.1	Forschungsfragen und Ableitung der Hypothesen	79
6.2	Beschreibung der Methode – Quantitative Befragung	82
6.3	Studiendesign	84
6.4	Aufbau und Operationalisierung des Fragebogens	88
6.5	Pre-Test	93
6.6	Vorgehensweise.....	94
7	Empirischer Teil	95
7.1	Auswertung der Ergebnisse.....	95
7.2	Überprüfung der Hypothesen	109
8	Conclusio	118
8.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	118
8.2	Beantwortung der Forschungsfragen.....	119
8.3	Limitationen	121
8.4	Handlungsempfehlungen und Forschungsausblick	122
	Literaturverzeichnis	124
	Anhang I - Fragebogen	134
	Anhang II – Exposé.....	139

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nahrungsmittel Real Omnivore	19
Abbildung 2: Äußere Einflussfaktoren von Sportorganisationen.....	33
Abbildung 3: Einteilung von Nicht-Sportorganisationen	35
Abbildung 4: Ernährungstrends 2023	54
Abbildung 5: Wichtigsten Punkte bei ÖkoEvents	71
Abbildung 6: Ablauf des Fragebogens	90
Abbildung 7: Frage 1 - Häufigkeit Besuch einer Sportveranstaltung.....	96
Abbildung 8: Frage 2 - Besuch Sportveranstaltungen nach Sportarten	96
Abbildung 9: Frage 2 - offenes Textfeld, weitere Sportarten	97
Abbildung 10: Frage 3 - Wichtigkeit Verpflegung.....	98
Abbildung 11: Frage 4 - Häufigkeit Konsum Speise.....	99
Abbildung 12: Frage 5 - Häufigkeit Konsum Getränk	99
Abbildung 13: Frage 6 - Besuch Sportveranstaltung ohne Verpflegung	100
Abbildung 14: Frage 7 - Ernährungstyp	101
Abbildung 15: Frage 8 - Bevorzugtes Speiseangebot.....	102
Abbildung 16: Frage 9 - Wichtigkeit Nachhaltigkeit	103
Abbildung 17: Frage 10 - Zukunft Verpflegungsangebot	104
Abbildung 18: Frage 10 - offenes Textfeld, weitere Wünsche.....	105
Abbildung 19: Frage 11 - Wohnort Bundesland Salzburg	105
Abbildung 20: Frage 12 - Geschlecht	106
Abbildung 21: Frage 13 - Alter.....	107
Abbildung 22: Frage 14 - höchste abgeschlossene Schulbildung.....	107

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Methodik bei der Literaturrecherche	7
Tabelle 2: Aktuelle Forschungserkenntnisse	15
Tabelle 3: Bedeutende Sportevents und deren Erstaustragungsjahr	30
Tabelle 4: Ernährungsgeschichte des Menschen	46
Tabelle 5: Überblick über die Forschungsfragen und Hypothesen.....	82
Tabelle 6: Überblick über das Studiendesign	84
Tabelle 7: Berechnung der Stichprobengröße.....	87
Tabelle 8: Operationalisierung der Umfrage	93
Tabelle 9: Signifikanzniveaus.....	109
Tabelle 10: Beobachtete Häufigkeiten Frage 6 und Frage 12.....	110
Tabelle 11: Erwartete Häufigkeiten bei perfekt unabhängigen Variablen.....	110
Tabelle 12: Chi ² -Test Frage 6 und Frage 12	111
Tabelle 13: Ch ² -Test für das Modell logistische Regression Frage 6 und Frage 12.....	111
Tabelle 14: Modellzusammenfassung logistische Regression Frage 6 und Frage 12.....	112
Tabelle 15: Modell logistische Regression Frage 6 und Frage 12	112
Tabelle 16: Chi ² -Test für das Modell logistische Regression Frage 8 und Frage 12.....	113
Tabelle 17: Modellzusammenfassung logistische Regression Frage 8 und Frage 12.....	113
Tabelle 18: Modell logistische Regression Frage 8 und Frage 12	114
Tabelle 19: Test auf Normalverteilung - Nachhaltigkeit	115
Tabelle 20: Mann-Whitney U-Test - Nachhaltigkeit	116
Tabelle 21: Ergebnisse und Erkenntnisse der überprüften Hypothesen	117

1 Einleitung

Am Anfang dieser Arbeit wird auf die Problemstellung eingegangen, daraus ergeben sich die Forschungsfragen. Folgend wird die Zielsetzung, der Aufbau und die Methodik beschrieben.

1.1 Thematik und Problemstellung

Mit Sicherheit denkt man beim Begriff Event vorerst an Großveranstaltungen wie etwa die Olympischen Spiele, die FIFA Fußballweltmeisterschaft oder die Weltausstellung Expo. Dennoch existieren noch viele weitere kleinere Events wie Landesgarten-Ausstellungen oder Stadtfeste. Der Aufgabenbereich der Eventbranche erstreckt sich zudem noch viel weiter: Firmen, politische Parteien und Organisationen nutzen Events als wichtiges Kommunikationsinstrument. Erinnern Sie sich an Produktvorstellungen, Parteitage, Kongresse und Seminare. Kurz gesagt: Events haben in unserer heutigen Gesellschaft einen bedeutenden Stellenwert.¹

Wird der Begriff Event im Internet eingegeben, so erzielt dieser über 2.000.000.000 Ergebnisse – eine überwältigende Zahl. Ein Event ist ein außergewöhnliches Ereignis, es soll sich vom Alltag abheben und bei den Teilnehmer*innen positive Erinnerungen hinterlassen. Alle Sinne der Gäste sollen angesprochen werden. Zudem soll das Gefühl einer besonderen Gemeinschaft bzw. Zusammenhörigkeit in jede*r Teilnehmer*in geweckt werden.²

Um den Erfolg eines Events zu gewährleisten, müssen viele wichtige Bereiche beachtet werden. Einer dieser Bereiche ist das Catering.³ Essen und Trinken gehören zu den Grundbedürfnissen der Menschen,⁴ daher ist das passende Verpflegungsangebot auf einer Veranstaltung von großem Einfluss.⁵ Das Catering soll nicht nur ein Sättigungsgefühl erzeugen, sondern ein besonderes Erlebnis bieten – nicht nur für den Geschmackssinn. Im

¹ Vgl. Jäger, Dieter (2021): Grundwissen Eventmanagement. Tübingen: A. Francke Verlag, S. 5.

² Vgl. Jäger (2021), 13f.

³ Vgl. Jäger (2021), S. 158.

⁴ Vgl. Brombach, Christine (2021): Ernährungsmuster im Verlauf der Generationen: Generation X-Z. Online verfügbar unter <https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/23627>, S. 1.

⁵ Vgl. Die Umweltberatung (2023a): Nachhaltige Eventverpflegung. Online verfügbar unter <https://www.oekoevent.at/nachhaltige-eventverpflegung>, o. S.

Zuge der zahlreichen Events, haben sich auch viele Cateringunternehmen entwickelt, die über ein breites Angebot verfügen. Präsentiert werden die Mahlzeiten u. a. durch Buffets, Mehrgangmenüs, Flying Buffets oder molekulare Zubereitung.⁶ Dabei gilt es, das Cateringkonzept dem Eventkonzept anzupassen, um eine geeignete Inszenierung zu schaffen.⁷ Doch wie können die Gäste heutzutage noch beeindruckt werden? Was macht ein perfektes Verpflegungsangebot bei einem Event aus Sicht der Besucher*innen aus?

Die heutigen unterschiedlichen Ernährungsweisen bzw. -typen bilden u. a. die Grundlage für die Zusammensetzung des Verpflegungsangebotes auf einer Veranstaltung. Dabei treten Ernährungstypen vom Omnivor (Allesesser) über den Flexitarier (Vegetarier, welcher aber dennoch sehr selten Fleisch isst) bis hin zum Vegetarier und Veganer. Um die Zufriedenheit aller Besucher*innen zu erreichen, sollte es für jeden Essenstyp Angebote geben.⁸

In Zukunft soll die „richtige“ Ernährung die Gesundheit der Menschen bzw. der Erde sicherstellen, daher wird der Esstyp „klassischer“ Omnivor immer wieder angezweifelt. Aus diesem Grund entwickelt sich aus den Megatrends Gesundheit und Neo-Ökologie eine neue Form eines Ess-Typs – der „reale“ Omnivore. Die Real Omnivore setzen auf mehr Möglichkeiten für eine ausgeglichene und nachhaltige Ernährung, welche den Verzicht auf bestimmte Produkte nicht verlangt. Dies zieht eine breitere Auswahl an Lebensmittel nach sich, was wiederum die Gestaltung des Eventcaterings beeinflussen wird.⁹

Zudem gewinnt für die Bevölkerung das Thema Nachhaltigkeit immer mehr an Bedeutung.¹⁰ Bei der Eventverpflegung spielen daher die Beschaffung der Lebensmittel und der Transportweg eine zentrale Rolle. Insbesondere sollte daher Wert auf saisonale, regionale, ökologische und fair gehandelte Produkte gelegt werden. Ein Ziel ist außerdem so wenig wie möglich Abfall zu produzieren.¹¹

⁶ Vgl. Jäger (2021), S. 161.

⁷ Vgl. Jäger (2021), S. 161.

⁸ Vgl. Die Umweltberatung (2023b): ÖkoEvents tragen zu einer Trendwende beim Essen bei. Online verfügbar unter <https://www.oekoevent.at/oekoevent-verpflegung-tierwohl>, o. S.

⁹ Vgl. Zukunftsinsttitut GmbH (2023a): Real Omnivore: Der Esstyp der Zukunft. Online verfügbar unter <https://www.zukunftsinsttitut.de/artikel/food/real-omnivore-esstyp-der-zukunft/>, o. S.

¹⁰ Vgl. Verain, Muriel C.D.; Bartels, Jos; Dagevos, Hans; Sijtsema, Siet J.; Onwezen, Marleen C.; Antonides, Gerrit (2012): Segments of sustainable food consumers: a literature review. In: *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 36 (Nr. 2), S. 123.

¹¹ Vgl. Jäger (2021), S. 216.

Das Forschungsgebiet der Eventverpflegung bezieht meist alle Veranstaltungstypen allgemein mit ein, es wird jedoch dabei selten auf einen speziellen Eventtyp wie die Sportveranstaltung eingegangen. Schon seit den Anfängen der Geschichte weiß man, dass Sportveranstaltungen einen enormen Erlebnis- u. Unterhaltungsfaktor bieten. Ob Amateur- oder Profisportveranstaltungen, Sportevents zählen zu den wichtigsten Events weltweit. Megaevents wie die Olympischen Spiele oder die Fußballweltmeisterschaften erzielen dabei das höchste öffentliche Interesse.¹² Umso wichtiger ist auch hier die richtige Verpflegung der Besucher*innen.

Bislang wurde dieses Thema mit besonderem Fokus auf Österreich noch nicht bearbeitet. Deshalb wird diese Masterarbeit die Bedürfnisse der Besucher*innen bezüglich des Verpflegungsangebots bei österreichischen Sportveranstaltungen untersuchen.

1.2 Ableitung der Forschungsfragen

Aufgrund der Problemstellung ergeben sich nachstehende Forschungsfragen:

Forschungsfrage 1: Welche Erwartungen haben Besucher*innen an das
Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung?

Die Hauptforschungsfrage soll klarstellen, welche Wünsche die Besucher*innen bezüglich des Verpflegungsangebotes bei einer österreichischen Sportveranstaltung haben. Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage werden u. a. folgende Subforschungsfragen herangezogen:

- Wie wichtig ist den Besucher*innen die Verpflegung bei einer Sportveranstaltung?
Würden Sie diese auch ohne Verpflegungsangebot besuchen?
- Welche Rolle spielen Nachhaltigkeit und Umwelt für die Besucher*innen?
- Welches Speise- und Getränkeangebot ist erwünscht?
- Welchen Wert hat das Angebot von vegetarischen und veganen Speisen?

Mit Hilfe der Theorie und der anschließenden quantitativen Umfrage soll die Forschungsfrage ausreichend beantwortet werden.

¹² Vgl. Jäger (2021), S. 59.

Forschungsfrage 2: Welche Ansprüche haben Besucher*innen an das zukünftige Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung?

Die zweite Forschungsfrage geht auf den „Food Trend“ der Zukunft bei einer Sportveranstaltung in Österreich ein. Im Zuge der quantitativen Studie sollen die Proband*innen ihre Wünsche gegenüber der Verpflegung äußern. Die daraus erlangten Erkenntnisse werden mit der theoretischen Grundlage verglichen bzw. zusammengeführt, um auch diese Forschungsfrage zu beantworten.

1.3 Zielsetzung

Ziel der Arbeit ist es, zu eruieren, welchen Wert Speisen und Getränke für die Besucher*innen bei einer österreichischen Sportveranstaltung haben. Dieses Wissen soll Aufschluss darüber geben, was den Gästen am wichtigsten beim Verpflegungsangebot ist. Außerdem soll durch diese Erkenntnisse das optimale Verpflegungsangebot für Besucher*innen bei einem Sportevent erstellen werden können.

Der Theorieteil der Masterarbeit beleuchtet den derzeitigen Forschungsstand und die gängigen Thesen werden hinterfragt. Daraus leiten sich die Hypothesen ab, welche bei einer quantitativen Studie untersucht werden.

Im empirischen Teil sollen mittels Online-Fragebogen Ergebnisse gewonnen werden, welche die Theorie bestärken oder widerlegen. Dabei sollen die Erwartungen der Besucher*innen an die Verpflegung aufgezeigt werden, um die Forschungsfragen zu beantworten und die Hypothesen zu verifizieren oder falsifizieren.

1.4 Aufbau und Methodik der Arbeit

Die vorliegende Arbeit ist setzt sich aus zwei Teilen zusammen: der Theorie und der Empirie. Die bereits aufgestellten Forschungsfragen werden mittels Literaturgrundlage zur Thematik und einer anschließenden quantitativen Studie überprüft.

Im ersten Teil der Arbeit wird die theoretische Basis erläutert. Dazu dient eine umfassende Literaturrecherche bestehend aus aktuellen wissenschaftlichen Quellen, welche das

Forschungsgebiet Verpflegung der Besucher*innen bei einer Sportveranstaltung behandeln. Dazu wird anfangs der derzeitige Forschungsstand genau beschrieben und die Erkenntnisse miteinander verglichen bzw. zusammengeführt. Folgend wird der Eventtyp Sportveranstaltung genau erklärt, danach explizit auf die Ernährung des Menschen eingegangen und schlussendlich das Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung dargestellt. Jedes Kapitel wird dabei für einen besseren Überblick am Ende nochmals kurz zusammengefasst.

Der zweite Abschnitt der Arbeit – die Empirie – umfasst u. a. eine quantitative Umfrage. Auf den Grundlagen der Literatur werden vorab Hypothesen aufgestellt, welche nachfolgend durch die Studie überprüft werden sollen. Dazu wird ein Online-Fragebogen herangezogen, um die Hypothesen zu verifizieren oder falsifizieren bzw. die Forschungsfragen zu beantworten. Nachfolgend beinhaltet das Schlusskapitel der Masterarbeit alle wichtigen Ergebnisse sowie Limitationen und weitere Handlungsempfehlungen für die weitere Forschung.

Nun werden die Inhalte aller Kapitel nochmals genauer beschrieben.

Im **ersten Kapitel** wird die Problemstellung erfasst, aufgrund dieser die Forschungsfragen und die Zielsetzung formuliert. Zum Ende wird ein Überblick über den Aufbau und die Methodik der Arbeit gegeben.

Im **zweiten Kapitel** wird das Hauptaugenmerk auf den derzeitigen Forschungsstand gelegt. Dazu werden Erkenntnisse aus verschiedenen wissenschaftlichen Quellen gezogen und gegenübergestellt bzw. miteinander verbunden.

Im **dritten Kapitel** beginnt die Theorie. Vorerst wird das Basiswissen zu Sportveranstaltungen allgemein erläutert und danach ein Überblick über deren Geschichte und Hauptakteure gegeben. Anschließend werden Sportevents nach Größenformat beschrieben und folglich wird auf Sportveranstaltungen in Österreich eingegangen.

Das **vierte Kapitel** umfasst alles rund um die Ernährung des Menschen. Zu Beginn werden die Ernährungswissenschaften definiert und anschließend wird der geschichtliche Werdegang der Ernährung dargestellt. Zuletzt wird ein Ausblick zur Zukunft der Ernährung verfasst.

Im **fünften Kapitel** wird das Verpflegungsangebot für Besucher*innen einer Sportveranstaltung beschrieben. Dazu wird zuerst auf Speisen und Getränke und zunächst auf die Ernährungsweisen vegetarisch, vegan und flexitarisch eingegangen. Anschließend werden die Themen Nachhaltigkeit und Umwelt behandelt sowie der gemeinnützige Verein FAIRTRADE-Österreich nähergebracht.

Im **sechsten Kapitel** wird das methodische Vorgehen geschildert, womit der empirische Abschnitt eröffnet wird. Zuerst werden auf Grundlage der Theorie die Hypothesen abgeleitet. Folgend wird die Untersuchungsmethode und das Studiendesign erläutert. Den Abschluss bilden der Aufbau bzw. die Operationalisierung des Fragebogens sowie die Vorgehensweise der Studie.

Im **siebten Kapitel** werden die Ergebnisse der Umfrage ausgewertet und interpretiert. Dazu dienen die deskriptive Statistik sowie die Überprüfung der Hypothesen durch statistische Verfahren.

Das **achte Kapitel** enthält eine Zusammenfassung der Resultate. Zudem werden die Forschungsfragen beantwortet sowie Limitationen, Handlungsempfehlungen und der Forschungsausblick dargestellt.

Nachstehend wird nun die Methodik des theoretischen und des empirischen Teils genauer beschrieben.

Die Tabelle gibt einen Überblick über die Vorgehensweise und die Literaturrecherche jedes einzelnen Kapitels. Dabei werden die Kerninhalte und die eingegebenen Suchbegriffe aufgezeigt. Zum Schluss werden die verwendeten Datenbanken der Recherche aufgelistet.

Kapitel	Kerninhalt	Suchbegriffe
Kapitel 2 Forschungsstand	Im Kapitel „Forschungsstand“ werden Erkenntnisse aus verschiedenen wissenschaftlichen Quellen herangezogen und gegenübergestellt bzw. miteinander verbunden.	Sportevents, Sportveranstaltungen, Catering Sportevents/-veranstaltungen, Verpflegungsangebot Sportveranstaltungen, Eventverpflegung, Nachhaltigkeit Eventverpflegung,

		sustainable catering, Ernährung, Zukunft Ernährung, nutrition
Kapitel 3 Grundlagen Sportveranstaltungen	Das Kapitel „Grundlagen Sportveranstaltungen“ befasst sich mit deren Definition, Geschichte, Hauptakteuren, Größenformaten sowie Sportevents in Österreich	Sportevents, Sportveranstaltungen, Geschichte Sportveranstaltungen, history sport events, Sportveranstaltungen Österreich
Kapitel 4 Ernährung des Menschen	Das Kapitel „Ernährung des Menschen“ definiert diese, stellt deren Geschichte und Zukunftsausblick dar.	Ernährung, Ernährung des Menschen ,nutrition, diets, Geschichte Ernährung, history nutrition, Ernährungsweisen, Zukunft Ernährung, future nutrition
Kapitel 5 Verpflegungsangebot Sportveranstaltungen	Im Kapitel „Verpflegungsangebot Sportveranstaltungen“ wird anfangs das Speise- und Getränkeangebot beschrieben. Zudem werden Erkenntnisse zu Vegetarier, Veganer und Flexitarier, Nachhaltigkeit und Umwelt sowie zum Verein FAIRTRADE-Österreich dargelegt.	Eventverpflegung, Verpflegung Sportveranstaltungen, Verpflegung Sportevents, Catering Sportevents, Flexitarier, Vegetarier, Veganer, flexitarian, vegetarian, vegan, Nachhaltigkeit Eventverpflegung, sustainable catering, Fairtrade,
Quellen/Datenbanken:		<ul style="list-style-type: none"> • SpringerLink • SAGE Journals Online • Google Scholar • EBSCOhost • Eboook Central • ScienceDirect • Statista • Thieme E-Journals • Online-Datenbank Fachhochschule St. Pölten

Tabelle 1: Methodik bei der Literaturrecherche (eigene Darstellung)

Folgend wird nun die Untersuchungsmethode der quantitativen Studie beleuchtet.

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, wird neben der aktuellen Literatur ein Online-Fragebogen herangezogen und anschließend ausgewertet. Ziel ist es dabei die Erwartungen der Besucher*innen an das Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung herauszufinden. Die quantitative Umfrage dient zudem zur Überprüfung der Hypothesen. Um richtige Ergebnisse erzielen zu können muss anhand einer repräsentativen Stichprobe auf die Grundgesamtheit geschlossen werden können. Als Erhebungsmethode wurde die quantitative Online-Umfrage gewählt, da diese eine große Anzahl an Proband*innen erreichen kann. Zudem bietet diese Methode eine zeitliche und örtliche Flexibilität.¹³

¹³ Vgl. Qualtrics LLC (Hg.) (2023): Quantitative Forschung. Online verfügbar unter <https://www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/quantitative-forschung/>, o. S.

2 Forschungsstand

Nach dem Einleitungskapitel, in dem die Problemstellung, die Forschungsfragen, die Zielsetzung, der Aufbau und die Methodik der Arbeit erläutert wurden, werden nun die aktuellen Forschungsergebnisse dargestellt.

Bei der Literaturrecherche wurde die Aktualität der Quellen berücksichtigt. Dem Forschungsthema dieser Masterarbeit entsprechend wurden Erkenntnisse zu den Gebieten „Sportveranstaltungen“, „Ernährung des Menschen“ und „Verpflegungsangebot auf Sportveranstaltungen“ gesucht. Da in dieser Arbeit die Erwartungen österreichischer Besucher*innen an das Verpflegungsangebot auf österreichischen Sportveranstaltungen ermittelt werden, wurde häufig deutschsprachige Literatur herangezogen. Diese wurde zusätzlich durch englischsprachige ergänzt, um den derzeitigen Forschungsstand zu gewährleisten.

Nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über aktuelle Forschungserkenntnisse zum Thema der Masterarbeit.

Autor/Titel	Jahr	Dokumententyp	relevante Erkenntnisse
Die Umweltberatung „Nachhaltige Eventverpflegung“	2023	Internetdokument	<ul style="list-style-type: none">• Die Verpflegung ist wichtiger Bestandteil eines Events.• Ein nachhaltiges Eventcatering ist von großer Bedeutung.
Social Tables „The True Role of Food & Beverage in Meetings and Events“	2023	Internetdokument	<ul style="list-style-type: none">• Das Catering ist ein wichtiger Teil des Events.• Das Catering soll den Gästen ein besonderes Erlebnis bieten.
Brombach und Duesing „Essen der Zukunft: Wer oder was bestimmt die Ernährung von morgen?“	2021	<u>Qualitative Studie:</u> <ul style="list-style-type: none">• Interviews mit 66 Expert*innen aus der Schweiz, Österreich, Deutschland zum Thema Ernährung.	<u>Österreich:</u> <ul style="list-style-type: none">• Den Konsument*innen ist Bedürfnispyramide bekannt.• Eine nachhaltige Ernährung ist für die Verbraucher*innen wichtig, jedoch nicht immer umsetzbar.• Es werden Preisanpassung bzw.

			<p>Angebotsverbesserung gefordert, um eine nachhaltige Ernährungsweise verfolgen zu können.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es werden mehr regionale Produkte gewünscht.
Elmadfa „Ernährung des Menschen“	2020	Buch	<ul style="list-style-type: none"> • Der Vegetarismus setzt sich immer mehr durch.
Banis „Everything Is Ready To Make 2019 The "Year Of The Vegan". Are you?“	2018	Internetdokument	<ul style="list-style-type: none"> • Der Veganismus ist mittlerweile ein Megatrend.
Saari et al. „The vegan trend and the microfoundations of institutional change: A commentary on food producers' sustainable innovation journeys in Europe“	2021	<u>Kommentar:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Reaktion von drei europäischen (Deutschland, Finnland, Niederlande) Lebensmittelunternehmen auf die vegane Ernährungsweise 	<ul style="list-style-type: none"> • Der Veganismus ist Normalität und kein Nischenbereich mehr. • Die vegane Ernährung wird u. a. aus gesundheitlichen Gründen verfolgt. • Die vegane Ernährung soll den CO2-Fußabdruck verkleinern. • Alle drei Unternehmen passen ihre Produkt- und Geschäftsstrategie dem veganen Trend an.
Statista GmbH „Umfrage zu Essgewohnheiten in Österreich bis 2021“	2022	<u>Umfrage:</u> <ul style="list-style-type: none"> • 500 Befragte • 14 – 75 Jahre 	<u>Anteil der Vegetarier/Veganer in Österreich steigt:</u> <ul style="list-style-type: none"> • 2017: 5,7% • 2021: 11%
Modlinska et al. „Gender Diference in Attitudes to Vegans/Vegetarians and Their Food Preferences, and Their Implications for Promoting Sustainable Dietary Patterns – A Sytematic Review“	2020	<u>Literaturstudie:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Datenbanken Web of Science und PubMed • 29 Artikel inkludiert 	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Unterschied zwischen den Geschlechtern hinsichtlich des Fleischkonsums ist erkennbar. • Männer und Frauen haben unterschiedliche Beweggründe für eine vegane/vegetarische Ernährung.

			<ul style="list-style-type: none"> Die Geschlechter haben verschiedene Einstellungen gegenüber Menschen, welche sich vegan bzw. vegetarisch ernähren. Der Vegetarismus gilt als weniger maskulin. Gegenüber Männern, die sich rein pflanzlich ernähren, gibt es im Vergleich zu Frauen mehr Vorurteile.
Knaapila et al. „Millenials“ Consumption of and Attitudes towards Meat and Plant-Based Meat Alternatives by Consumer Segment in Finland“	2022	<u>Quantitative Online-Umfrage:</u> <ul style="list-style-type: none"> Finnland 546 Befragte 20-39 Jahre Die Generation „Millenials“ wurde zu ihrem Konsum von Fleisch bzw. Fleischalternativen befragt. 	<ul style="list-style-type: none"> 41% der Proband*innen essen regelmäßig Fleischalternativen, 43% haben diese schon einmal probiert. Die Befragten, die Fleisch mehr bevorzugen als Fleischalternativen (14%), lassen sich von einer Fleischreduktion nicht überzeugen. Die Befragten, welche eine positive Einstellung zu Fleischalternativen haben (18%), nehmen wenig Fleisch zu sich. Frauen verzichten häufiger auf Fleisch als Männer.
Statista GmbH „Vegetarier und Veganer in Österreich nach soziodemografischen Merkmalen 2017“	2017	<u>Umfrage:</u> <ul style="list-style-type: none"> 522 Befragte 14-69 Jahre 	<u>Vegetarier und Veganer in Österreich nach Geschlecht:</u> <ul style="list-style-type: none"> Frauen: 76,6% Männer: 23,4%
Berke und Larson „The negative impact of vegetarian and vegan labels: Results from randomized controlled experiments with US consumers“	2023	<ul style="list-style-type: none"> USA Es wurde getestet, ob gekennzeichnete vegetarische/vegane Speisen weniger häufig bestellt werden 	<ul style="list-style-type: none"> Gekennzeichnete vegetarische/vegane Gerichte auf Speisekarten werden von Konsument*innen weniger häufig ausgewählt. Keine Kennzeichnung vegetarischer/veganer

		<p>als nicht gekennzeichnete.</p> <p><u>Experiment:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 Gruppen • Bei einer Gruppe wurden vegetarische/vegane Gerichte auf einer Speisekarte gekennzeichnet, bei der anderen nicht. <p><u>Feldstudie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vor einem Event sollte online von den Gästen das bevorzugte Menü ausgewählt werden. • 2 Gruppen • Bei einer Gruppe wurden vegetarische/vegane Gerichte gekennzeichnet, bei der anderen nicht. 	<p>Produkte könnte zu weniger Fleischkonsum führen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Reduzierung tierischer Produkte wirkt sich positiv auf das Klima aus.
Derbyshire Flexitarian Diets and Health: A Review of the Evidence-Based Literature	2017	Literaturstudie	<ul style="list-style-type: none"> • Der Flexitarismus wird weiterhin bestehen bleiben. • Der Flexitarismus bietet gesundheitliche Vorteile.
Die Umweltberatung „ÖkoEvents tragen zu einer Trendwende bei“	2023	Internetdokument	<p><u>Nachhaltige Eventverpflegung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vegetarische/vegane Speisen anbieten • Weniger tierische Produkte • Bioqualität • Produkte mit Gütesiegel bevorzugen

Zukunftsinstitut GmbH „Real Omnivore: Der Esstyp der Zukunft“	2023	Internetdokument	<ul style="list-style-type: none"> • Der Esstyp Omnivore (Allesesser) überwiegt in Europa. • Eine neue Form, der „wirklicher“ Omnivor, entwickelt sich aus den Megatrends Gesundheit und Neo-Ökologie. • In Zukunft wird es eine noch größere Auswahl an Nahrungsmitteln auf unserem Speiseplan geben.
sport-österreich „Catering für Sportevents: So gelingt es bestimmt“	2023	Internetdokument	<ul style="list-style-type: none"> • Die Besucher*innen haben immer höhere Erwartungen an das Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung. • Es soll Angebote für alle Ernährungstypen geben. • Essens- bzw. Getränkestände sowie Barbecue-Catering und das Foodtruck-Catering eignen sich am besten bei Sportveranstaltungen. • Eine nachhaltige Verpflegung bei einem Sportevent spielt eine bedeutende Rolle
Hettler und Luppold „Event-Catering in der Live Communication: Essen und Trinken als bedeutendes Veranstaltungselement“	2019	Buch	<ul style="list-style-type: none"> • Das Catering ist ein essentieller Teil eines Events. • Es soll eine breite Angebotsauswahl geben (traditionell, regional, international, höchste Qualität etc). • Der Caterer soll möglichst viele Informationen erhalten, um ein passendes Angebot gestalten zu können.

Schenk „Chefsache Assistenz. Effiziente Chefentlastung im Office 4.0“	2018	Buch	<ul style="list-style-type: none"> Die Verpflegung auf einer Veranstaltung kann z. B. mittels Buffet, Dinner oder Show-Cooking präsentiert werden.
Vittersø und Tangeland „The role of consumer in transitions towards sustainable food consumption“	2015	<u>Quantitative Umfragen:</u> <ul style="list-style-type: none"> Norwegen Jahr 2000 903 Befragte Jahr 2013 1013 Befragte Es wurde das Konsumverhalten gegenüber Bio-Produkten beider Jahre verglichen 	<ul style="list-style-type: none"> In vielen europäischen Ländern gibt es Richtlinien für Bio-Lebensmittel. Bio-Produkte tragen zu mehr Nachhaltigkeit bei. Konsument*innen spielen in Bezug auf die Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle. Konsument*innen kauften im Jahr 2013 häufiger Bio-Produkte als im Jahr 2000.
Graça et al. „Reducing meat consumption and following plant-based diets: Current evidence and future directions to inform integrated transitions“	2015	Literaturstudie	<ul style="list-style-type: none"> Es besteht ein großes Interesse bei den Konsument*innen gegenüber der Nachhaltigkeit. Nachhaltige Produkte werden dennoch aufgrund der Preise und Konsumgewohnheiten der Verbraucher*innen nicht gekauft. Die Verbraucher*innen sind zu wenig über die pflanzliche Ernährung informiert.

Wu et al. „The effect of social media influencer marketing on sustainable food purchase: Perspectives from multi-group SEM and ANN analysis“	2023	<u>Quantitative Online-Umfrage:</u> <ul style="list-style-type: none"> • 628 Befragte • Es wurde erforscht, welchen Einfluss Social-Media-Influencer auf das Kaufverhalten der Verbraucher*innen hinsichtlich nachhaltiger Produkte haben • Mehrgruppen-SEM- und ANN-Analyse 	<ul style="list-style-type: none"> • Influencer haben einen positiven Einfluss auf die Konsument*innen bezüglich nachhaltiger Produkte. • Influencer beeinflussen nicht nur die jüngere Generation • Nachhaltige Lebensmittel sollten noch mehr gefördert und beworben werden.
--	------	--	---

Tabelle 2: Aktuelle Forschungserkenntnisse (eigene Darstellung)

Speisen und Getränke zählen zu den Grundbedürfnissen des Menschen.¹⁴ Das Verpflegungsangebot einer Veranstaltung gehört zu den Bestandteilen, die den Besucher*innen sehr lange in Erinnerung bleiben.¹⁵ Das Verpflegungsangebot auf einer Veranstaltung sollte nicht nur für ein Sättigungsgefühl der Besucher*innen sorgen, sondern ihnen ein Erlebnis bieten.¹⁶

Die Erwartungen der Besucher*innen an das Verpflegungsangebot auf einer Sportveranstaltung sind abhängig von der individuellen Ernährung dieser. Unsere derzeitige Ernährungsweise wird von diversen Faktoren bestimmt, dies hat wiederum gesundheitliche, soziale, ökologische und ökonomische Folgen. Diese ständige Weiterentwicklung unseres gesamten Umfelds wird sich auch zukünftig in der Art der Ernährung wieder spiegeln.¹⁷

Für die EssZuk-Studie (Essen der Zukunft) aus dem Jahr 2021 wurden Interviews mit Konsument*innen aus der Schweiz, Österreich und Deutschland durchgeführt. Die

¹⁴ Vgl. Brombach (2021), o. S.

¹⁵ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

¹⁶ Vgl. Social Tables (2023): The True Role of Food & Beverage in Meetings and Events. Online verfügbar unter <https://www.socialtables.com/blog/catering/role-food-and-beverage/>, o. S.

¹⁷ Vgl. Brombach, Christine; Duesing, Anja (2021): Essen der Zukunft: Wer oder was bestimmt die Ernährung von morgen? Zürich: Heinz Lohmann Stiftung, S. 8.

österreichischen Ergebnisse zeigen, dass die Konsument*innen über mehrere Ratschläge zum Thema Ernährung informiert sind. Insbesondere die Bedürfnispyramide ist den meisten aus der Schule bekannt. Es gibt einen eindeutigen Standpunkt in Bezug auf eine gesunde und nachhaltige Ernährung (besonders wichtig ist mehr Gemüse und weniger Fleisch zu kaufen). Trotzdem scheitert es oft an der Verwirklichung und Miteinbindung in den Alltag, da dies für viele Leute ein Problem darstellt. Eine finanzielle Anpassung oder eine Angebotsverbesserung wäre laut den österreichischen Konsument*innen eine Möglichkeit um diese Ernährungsweise leichter umsetzen zu können. Als Beispiele werden ein Anheben der Fleischpreise oder das Einführen eines Mindestpreises für regionales Fleisch genannt. Außerdem sollen mehr regionale Produkte und weniger internationale vertrieben werden. Wären nicht alle Produkte immer vorhanden, würden diese vermutlich höher wertgeschätzt werden. Dies hätte wiederum eine nachhaltigere Ernährung zur Folge.¹⁸

Zudem hat sich bis heute laut Elmadfa (2020) auch die rein pflanzliche Ernährung, der sogenannte Vegetarismus vermehrt durchgesetzt. In den letzten Jahrzehnten setzte sich die Forschung häufiger mit den vegetarischen Ernährungsformen auseinander. Die Anzahl der wissenschaftlichen Artikel dazu und der inkludierte Anteil an biomedizinischen Beiträgen haben sich in den letzten 40 Jahren mehr als vervierfacht.¹⁹

Außerdem zählt der Veganismus laut Banis (2018) bereits zu den Megatrends seit dem Jahr 2018.²⁰ Laut derzeitiger Studien ist der Veganismus kein Nischenbereich mehr, sondern entwickelt sich immer mehr hin zur Normalität.²¹

Statista zufolge waren 11% der österreichischen Bevölkerung im Jahr 2021 Vegetarier bzw. Veganer. Die österreichische Bevölkerung vermeidet immer häufiger den Fleischkonsum. 2017 lag der Prozentsatz der Vegetarier bzw. Veganer noch bei 5,7%.²²

¹⁸ Vgl. Brombach und Duesing (2021), S. 26.

¹⁹ Vgl. Elmadfa, Ibrahim (2020): Ernährung des Menschen. 6. Aufl. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer, S. 741.

²⁰ Vgl. Banis, Davide (2018): Everything Is Ready To Make 2019 The "Year Of The Vegan". Are you? Online verfügbar unter <https://www.forbes.com/sites/davidebanis/2018/12/31/everything-is-ready-to-make-2019-the-year-of-the-vegan-are-you/?sh=56c6a2cc57df>, o. S.

²¹ Vgl. Saari, Ulla A.; Herstatt, Cornelius; Tiwari, Rajnish; Dedeayir, Ozgur; Mäkinen, Saku J. (2021): The vegan trend and the microfoundations of institutional change: A commentary on food producers' sustainable innovation journeys in Europe. In: *Trends in Food Science & Technology*, Vol. 107, S. 162.

²² Vgl. Statista GmbH (2022d): Umfrage zu Essgewohnheiten in Österreich bis 2021. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/503929/umfrage/umfrage-zu-essgewohnheiten-in-oesterreich/>, o. S.

Zudem ist laut Modlinska et al (2020) ein Unterschied zwischen den Geschlechtern zu erkennen. Diese differenzieren sich in der Verhaltensweise gegenüber ihrem Fleischkonsum, ihrer Vorliebe zu pflanzlichen Produkten und dem Vegetarismus.²³ Die Studie von Knaapila et al. (2022) gibt an, dass Frauen den Verzehr von Fleisch bzw. tierischen Produkten mehr einschränken als Männer.²⁴ Der Befragung von Österreicher*innen im Jahr 2017 zufolge ernährten sich 23,4% der Männer und 76,6% der Frauen zu diesem Zeitpunkt vegetarisch bzw. vegan.²⁵

Beinahe die Hälfte der Befragten in Österreich nannte als Grund für ihre Ernährungsumstellung die Massentierhaltung.²⁶ Laut der Studie von Saari et al. (2021) und Statista ernähren sich viele Menschen auch aufgrund von gesundheitlichen Aspekten vegetarisch oder vegan.²⁷ Dies gaben nach Statista 26,5% der befragten österreichischen Vegetarier bzw. Veganer an.²⁸ Außerdem zeigen die Ergebnisse einer Studie von Berke und Larson (2023), dass die Reduzierung tierischer Produkte sich positiv auf unser Klima auswirkt.²⁹ Denn durch die Viehhaltung entstehen Emissionen. Für die Futtermittel wird ein hoher Anteil an Soja benötigt, dazu müssen Urwälder, natürliche Ressourcen und Ökosysteme ruiniert und damit ein höherer Anteil an Treibhausgasen produziert werden. Zusätzlich erfordert die Produktion von einem Kilogramm Rindfleisch insgesamt 15.490 Liter Wasser.³⁰ Mittels veganer Ernährung möchten die Menschen gemäß Saari et al. (2021) ihren CO₂-Fußabdruck verkleinern.³¹

Eine Studie von Rosenfeld et al. (2020) beschäftigt sich mit der Gruppe der Flexitarier (eine Wortzusammensetzung aus „flexibel“ und „Vegetarier“) Flexitarier versuchen ihren

²³ Vgl. Modlinska, Klaudia; Adamczyk, Dominika; Maison, Dominika; Pisula, Wojciech (2020): Gender Differences in Attitudes to Vegans/Vegetarians and Their Food Preferences, and Their Implications for Promoting Sustainable Dietary Patterns—A Systematic Review. In: *Sustainability*, Vol. 12 (Nr. 16), S. 1.

²⁴ Vgl. Knaapila, Antti; Michel, Fabienne; Jouppila, Kirsi; Sontag-Strohm, Tuula; Piironen, Vieno (2022): Millennials' Consumption of and Attitudes toward Meat and Plant-Based Meat Alternatives by Consumer Segment in Finland. In: *Foods (Basel, Switzerland)*, Vol. 11 (Nr. 3), S. 7.

²⁵ Vgl. Statista GmbH (2022e): Vegetarier und Veganer in Österreich nach soziodemografischen Merkmalen 2017. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/742331/umfrage/vegetarier-und-veganer-in-oesterreich-nach-soziodemografischen-merkmalen/>, o. S.

²⁶ Vgl. Statista GmbH (2022d), o. S.

²⁷ Vgl. Saari et al. (2021), S. 162.

²⁸ Vgl. Statista GmbH (2022d), o. S.

²⁹ Vgl. Berke, Alex; Larson, Kent (2023): The negative impact of vegetarian and vegan labels: Results from randomized controlled experiments with US consumers. In: *Appetite* Vol. 188, S. 1.

³⁰ Vgl. Statista GmbH (2022d), o. S.

³¹ Vgl. Saari et al. (2021), S. 162.

Fleischkonsum zwar in Grenzen zu halten, verzichten jedoch nicht ganz auf Fleisch.³² Auch Derbyshire (2017) setzt sich mit dieser speziellen Ernährungsweise auseinander. Den Ergebnissen ihrer Studie zufolge wird dieser Trend weiterhin bestehen bleiben. Außerdem kann der Flexitarismus gesundheitlich Vorteile bieten, beispielsweise Gewichtsverlust, einen besseren Stoffwechsel und die Vorbeugung gegen Diabetes.³³ Im Jahr 2021 lag die Anzahl der Flexitarier in Österreich bei über 4,6 Millionen.³⁴

Deshalb sollten laut der Umweltberatung der Stadt Wien diese Ernährungsweisen unbedingt bei der Eventverpflegung berücksichtigt werden. Alle Besucher*innen schätzen eine außergewöhnliche vegetarische Küche, welche eine Abwechslung zu Pommes und überbackenem Käse bietet. Von traditionellen österreichischen bis hin zu asiatischen Speisen, es ist immer die Möglichkeit für bemerkenswerte köstliche vegetarische und vegane Gerichte gegeben. Österreichische Köstlichkeiten wie Krautfleckerl, Bohnenstrudel oder Erdäpfelgulasch sowie internationales Essen wie Gemüsecurry, Woknudeln, Pilzrisotto etc. könnten angeboten werden.³⁵

Dennoch überwiegt laut der Zukunftsinstutit GmbH im mittel- und nordeuropäischen Raum derzeit noch der „klassische“ Omnivore, der „Allesesser“, welcher viel Fleisch zu sich nimmt. Die „richtige“ Ernährung soll die Gesundheit der Menschen bzw. der Erde sicherstellen, daher wird der Esstyp „klassischer“ Omnivor immer wieder angezweifelt. Deshalb entwickelt sich aus diesem Typ durch die Megatrends Gesundheit, Neo-Ökologie und die Geschlechterrolle eine neue Form, der „wirkliche“ Omnivore. Dieser Esstyp nutzt die Food-Technik und nimmt diese im Gegensatz zu Vegetariern, Veganern und Flexitariern besser auf. Die Real Omnivore setzen auf mehr Möglichkeiten für eine ausgeglichene und nachhaltige Ernährung, welche den Verzicht auf bestimmte Produkte nicht verlangt.³⁶

³² Vgl. Rosenfeld, Daniel L.; Rothgerber, Hank; Tomiyama, A. Janet (2020): Mostly Vegetarian, But Flexible About It: Investigating How Meat-Reducers Express Social Identity Around Their Diets. In: *Social Psychological and Personality Science*, Vol. 11 (Nr. 3), S. 406.

³³ Vgl. Derbyshire, Emma J. (2017): Flexitarian Diets and Health: A Review of the Evidence-Based Literature. In: *Frontiers in nutrition*, Vol. 3, S. 6.

³⁴ Vgl. Statista GmbH (2022a): Anzahl der Vegetarier, Veganer und Flexitarier in Österreich 2021. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/709815/umfrage/anzahl-der-vegetarier-veganer-und-flexitarier-in-oesterreich/>, o. S.

³⁵ Vgl. Die Umweltberatung (2023b), o. S.

³⁶ Vgl. Zukunftsinstutit GmbH (2023a), o. S.

Es wird in Zukunft eine noch breitere Auswahl an neuen Nahrungsmitteln geben. Die Menschheit wird aus der heutigen Vernetzung, vor allem im Online-Bereich noch mehr Vorteile ziehen. Die Konsument*innen werden nicht mehr vegan leben, sondern sich von vielen verschiedenen Lebensmitteln ernähren. Durch dieses große Angebot wird eine ethnische, sozial richtige, gesunde, ökologische und nachhaltige Ernährungsweise möglich sein. Auf dem Speiseplan wird sich von Gemüse, Getreide, Hülsenfrüchte über Pilze, Algen, Kräuter, pflanzenbasiertes Essen bis hin zum „gesamten“ Tier befinden. Hinzu werden Insekten und Nahrungsmittel hergestellt durch Fermentation aus Mikroorganismen kommen.³⁷

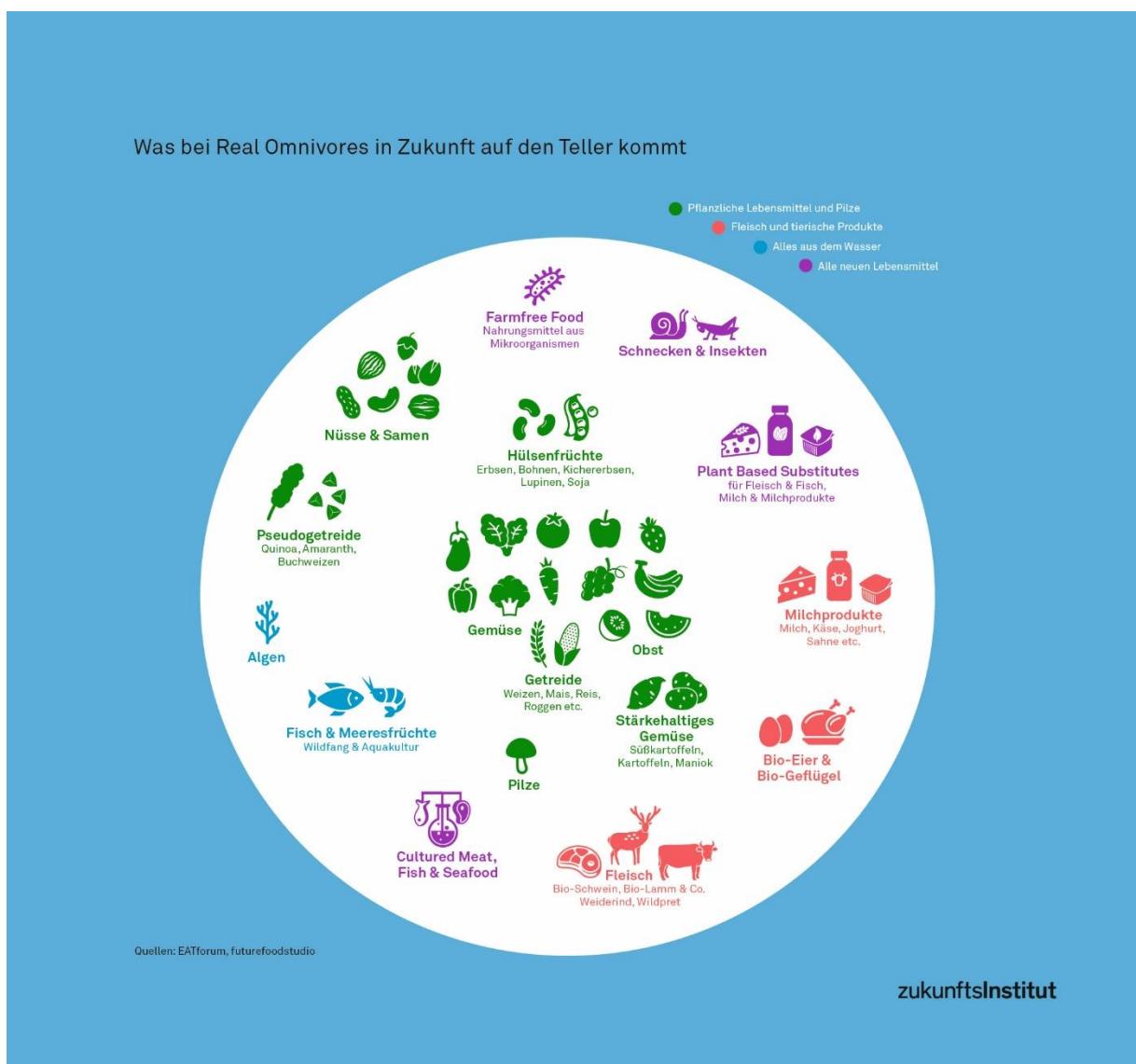


Abbildung 1: Nahrungsmittel Real Omnivore (Zukunftsinstutit GmbH (2023a), o. S.)

³⁷ Vgl. Zukunftsinstutit GmbH (2023a), o. S.

Die Erwartungen an den Caterer werden immer höher. Die Besucher*innen setzen auch bei Sportevents wie zum Beispiel dem Vienna City Marathon und weiteren Events eine große Auswahl an Speisen voraus.³⁸ Das Angebot sollte von traditionellen über regionale bzw. internationale bis hin zu Gerichten mit höchster Qualität reichen.³⁹ Alle Ernährungstypen sollten beim Catering von Sportveranstaltungen berücksichtigt werden. Um die Zufriedenheit aller Gäste zu gewährleisten muss im Vorhinein eine detaillierte Planung und Vorbereitung stattfinden.⁴⁰ Je mehr Einzelheiten dem Caterer bekannt gegeben werden, desto spezifischer kann das Verpflegungsangebot gestaltet werden.⁴¹

Schenk (2018) schlägt verschiedene Formen vor, wie die Verpflegung auf einer Veranstaltung angeboten bzw. inszeniert werden kann. Dazu zählen die Buffetvariation, das festgelegte Dinner oder das Show Cooking.⁴² Diese Formen eignen sich laut der Plattform sport-.at (2023) am besten für Events mit einer limitierten Gästanzahl, dies ist aber bei einer Sportveranstaltung nicht immer gegeben. Daher sind für eine Sportveranstaltung Essens- bzw. Getränkestände passender. Zudem werden noch das sogenannte Barbecue-Catering und das Foodtruck-Catering genannt.⁴³

Hettler und Luppold (2019) erläutert, dass neben den Speisen auch die angebotenen Getränke Eindruck hinterlassen. Sie sollten zu Speisen bzw. dem Anlass passen. Zusätzlich sollte das Angebot an alkoholischen Getränken dem der nicht alkoholischen gleich sein.⁴⁴ Laut Müller (2022) sollten im Getränkeangebot Leitungswasser, Mineralwasser, Fruchtsäfte, Limonaden, Weine und Bier enthalten sein.⁴⁵

Myers et al (2013) behandelt außerdem den wichtigen Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Ernährung, dies zählt heute zu einem wichtigen Forschungsthema.⁴⁶

³⁸ Vgl. sport-österreich (2023): Catering für Sportevents: So gelingt es bestimmt. Online verfügbar unter <https://www.sport-oesterreich.at/catering-fuer-sportevents>, o. S.

³⁹ Vgl. Hettler, Florian; Luppold, Stefan (2019): Event-Catering in der Live Communication: Essen und Trinken als bedeutendes Veranstaltungselement. Wiesbaden: Springer Nature; Springer Gabler, S. 7.

⁴⁰ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

⁴¹ Vgl. Hettler und Luppold (2019), S. 7.

⁴² Vgl. Schenk, Dunja (2018): Chefsache Assistenz. Effiziente Chefentlastung im Office 4.0. Wiesbaden: Springer Gabler, , S. 196.

⁴³ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

⁴⁴ Vgl. Hettler und Luppold (2019), S. 8.

⁴⁵ Vgl. Müller, Claudia (2022): Nachhaltig Essen und Trinken auf Veranstaltungen – so geht's. Online verfügbar unter <https://landeszentrumbw.de/Lde/Startseite/wissen/nachhaltig-essen-und-trinken-auf-veranstaltungen>, o. S.

⁴⁶ Vgl. Myers, Samuel S.; Gaffikin, Lynne; Golden, Christopher D.; Ostfeld, Richard S.; Redford, Kent H.; Ricketts, Taylor H. et al. (2013): Human health impacts of ecosystem alteration. In: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, Vol. 110 (Nr. 47), S. 18753.

Laut Vittersø und Tangeland (2015) spielen in Bezug auf die Nachhaltigkeit die Konsument*innen eine entscheidende Rolle.⁴⁷ Nach Verain et al. (2012) hat das öffentliche Interesse zum Thema Nachhaltigkeit zugenommen, trotzdem wird dies häufig nicht bei der Lebensmittelwahl der Menschen widergespiegelt.⁴⁸ Graça et al. (2019) nennt als Gründe für die Ablehnung von nachhaltigen Lebensmitteln die Preise und früheren Konsumgewohnheiten der Verbraucher*innen.⁴⁹ Daher empfiehlt Wu et al. (2023) die nachhaltigen Lebensmittel mehr zu fördern bzw. zu bewerben.⁵⁰

Zudem ist laut Zukunftsinstitut GmbH ein Unterschied zwischen den Generationen zu erkennen. Während insbesondere die Generationen Y und Z bei ihrer Essensauswahl darauf achten, nachhaltige Produkte zu konsumieren, hat dies für die Generation 50+ bislang (noch) keinen hohen Stellenwert.⁵¹

Gerade Sportveranstaltungen werden von vielen Menschen besucht. Laut sport-österreich (2023) ist die Nachhaltigkeit des Verpflegungsangebotes auf Sportveranstaltungen von großer Bedeutung. Caterern wird beispielsweise empfohlen Mehrwegbesteck bzw. geschirr zu verwenden. Zudem sollten Getränke in Fässern gelagert und in Pfandbechern ausgeschenkt oder Pfandflaschen genutzt werden, um eine zu hohe Müllproduktion zu vermeiden. Wünschenswert wäre außerdem das Angebot vorwiegend regionaler Speisen, da somit die Lieferkosten minimiert werden. Zuletzt sollten alle Beteiligten dazu aufgerufen werden, sich an die vorgegebene Mülltrennung zu halten.⁵²

⁴⁷ Vgl. Vittersø, Gunnar; Tangeland, Torvald (2015): The role of consumers in transitions towards sustainable food consumption. The case of organic food in Norway. In: *Journal of Cleaner Production*, Vol. 92, S. 91ff.

⁴⁸ Vgl. Verain et al. (2012), 123ff.

⁴⁹ Vgl. Graça, João; Godinho, Cristina A.; Truninger, Monica (2019): Reducing meat consumption and following plant-based diets: Current evidence and future directions to inform integrated transitions. In: *Trends in Food Science & Technology*, Vol. 91, 380ff.

⁵⁰ Vgl. Wu, Yanhong; Yang, Shaohua; Liu, Danping (2023): The effect of social media influencer marketing on sustainable food purchase: Perspectives from multi-group SEM and ANN analysis. In: *Journal of Cleaner Production*, Vol. 416, S. 11.

⁵¹ Vgl. Zukunftsinstitut GmbH (2023a), o. S.

⁵² Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

Um die Umwelt zu schonen, weist auch die Umweltberatung der Stadt Wien bei der Eventverpflegung auf die folgenden wichtigsten Punkte hin:⁵³

- Lebensmittel in Bioqualität
- Fleischanteil reduzieren
- Wert auf Gütesiegel Österreichs legen
- Angebot von vegetarischen und veganen Speisen
- Saisonales Obst und Gemüse
- Regionalität der Produkte
- Vermeidung von Lebensmittelabfällen
- Mehrwegprodukte verwenden

Wie aus dem Forschungstand ersichtlich, gibt es bislang zu wenige Forschungserkenntnisse zum Verpflegungsangebot auf Sportveranstaltungen. Deshalb erforscht diese Masterarbeit die Erwartungen der Besucher*innen an das Verpflegungsangebot bei Sportevents. Zudem wird dabei der Fokus auf österreichische Sportveranstaltungen gelegt.

⁵³ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

3 Grundlagen Sportveranstaltungen

Nach den Erläuterungen zum derzeitigen Forschungsstand beginnt nun der Theorieteil dieser Masterarbeit. Im folgenden Kapitel werden die Grundlagen von Sportveranstaltungen beschrieben. Vorerst wird der Begriff „Sportveranstaltung“ definiert und anschließend auf die Geschichte von Sportveranstaltungen eingegangen. Im nächsten Unterkapitel werden die Hauptakteure internationaler Sportevents aufgezählt. Danach werden Sportveranstaltungen und ihre jeweiligen Größenformate erklärt. Abschließend werden Informationen zu Sportveranstaltungen im Land Österreich aufgezeigt.

3.1 Definition Sportveranstaltungen

Sport zu treiben ist auf viele unterschiedliche Arten möglich. Zum sogenannten allgemeinen Sportbetrieb gehört etwa der Schul-, Vereins- und Betriebssport. Davon grenzt sich eine spezielle Form der sportlichen Betätigung im Zuge von Sportveranstaltungen ab.⁵⁴

Der Begriff „Veranstaltung“ selbst wird in den unterschiedlichsten Lebensbereichen täglich verwendet und jedem ist klar, was darunter zu verstehen ist. Zu Veranstaltungen zählen beispielsweise Volksfeste, Fastnachtsumzüge, Konzerte, Lesungen und Sportevents.⁵⁵ Jäger (2021) definiert „als Sportevents alle Events, die eine oder mehrere Sportereignisse, die einen hohen Erlebnis- und Unterhaltungswert sowohl bei den Teilnehmern als auch bei den Zuschauern erzeugen können“.⁵⁶ Laut Wörterbuch ist eine Sportveranstaltung „eine Veranstaltung mit sportlichem Wettbewerb“⁵⁷ Benner (1992) definiert eine Sportveranstaltung

„als bestimmtes, planmäßig vorbereitetes und durchgeführtes, zeitlich begrenztes sportliches Ereignis, an dem mindestens zwei Sportunternehmen teilnehmen, und an dessen Durchführung ein über das Teilnahmeinteresse hinausgehendes öffentliches Interesse besteht, so daß (!) eine

⁵⁴ Vgl. Schuld 2010 Schuld, Yvonne (2010): Veranstanterhaftung im Laufsport. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, S. 5.

⁵⁵ Vgl. Schuld (2010), S. 6.

⁵⁶ Jäger (2021), S. 36.

⁵⁷ Wolski, Werner; Dralle, Anette (2018): PONS Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. 110.000 Stichwörter, Wendungen und Beispielsätze. 1. Aufl. Stuttgart: PONS, o. S.

Nachfrage von Zuschauern und darüber hinaus regelmäßig Medien und Sponsoren erwartet werden kann bzw. tatsächlich entsteht.“⁵⁸

Es existieren einerseits Massenveranstaltungen, wie etwa wöchentliche Fußball Bundesligaspiele oder Marathonläufe. Andererseits gibt es auch kleinere Wettbewerbe, welche kein so hohes Ansehen in der Öffentlichkeit haben. Bei einigen Sportveranstaltungen dürfen alle begeisterten Sportler*innen teilnehmen, bei anderen ist die Teilnehmer*innenanzahl limitiert.⁵⁹ Zudem können Sportevents in Amateur- und Profisportevents unterteilt werden.⁶⁰ Alle Veranstaltungen weisen jedoch die Gemeinsamkeit eines einmaligen Ereignisses auf. Dieses wiederum setzt eine Organisation, Vorbereitung, Darbietungs- und Vorführungsfunktion voraus, wodurch die öffentliche Aufmerksamkeit erlangt wird.⁶¹ Nicht nur für Athleten und Athletinnen sorgt eine Sportveranstaltung für große Emotionen, auch Zuschauer und Zuschauerinnen, welche das Spektakel vor Ort oder vor dem Fernseher verfolgen, sind geprägt von diesen. So wird Sportveranstaltungen ein außerordentlicher Charakter verliehen und Werte wie Vielfalt, Integration, Teilhabe und Inklusion werden erfolgreich vermittelt.⁶²

In der haftungsrechtlichen Literatur wird die Sportveranstaltung als ein bestimmtes, planmäßiges vorbereitetes und durchgeführtes, zeitlich begrenztes Ereignis beschrieben. Dabei sind mehrere Sportler*innen vor Ort, die Austragung des Events steht im öffentlichen Interesse und es können Zuschauer*innen anwesend sein. Das oft sehr nahe Beisammensein von Sportler*innen und Publikum als auch die oft hohe Teilnehmer*innenanzahl auf dem Event erhöht das Risiko von Gefahren.⁶³

Für einen Sportevent ist nicht ausschlaggebend, dass ein Wettkampf stattfindet. Bei einem Wettkampf hingegen sollen sportliche Höchstleistungen erbracht werden, um Sieger bzw. Verlierer festzustellen. Bei manchen Veranstaltungen, wie beispielsweise bei Wohltätigkeitsläufen, wird der Fokus nicht auf das Gewinnen bzw. Verlieren gesetzt,

⁵⁸ Benner, Gerd (1992): Risk Management im professionellen Sport. Auf der Grundlage von Ansätzen einer Sportbetriebslehre. Bergisch Gladbach: Eul, S. 32.

⁵⁹ Vgl. Schuld (2010), S. 6.

⁶⁰ Vgl. Jäger (2021), S. 36.

⁶¹ Vgl. Schuld (2010), S. 6.

⁶² Vgl. Bundesministerium des Innern und für Heimat 2023aBundesministerium des Innern und für Heimat (2023a): Sportgroßveranstaltungen. Online verfügbar unter <https://www.bmi.bund.de/DE/themen/sport/sportgrossveranstaltungen/sportgrossveranstaltungen-node.html>, o. S.

⁶³ Vgl. Schuld (2010), S. 6.

sondern die Teilnahme an sich ist wichtig.⁶⁴ Ein Praxisbeispiel hierfür ist der Wings for Life World Run. Alle Teilnehmer*innen auf der ganzen Welt starten zeitgleich. Dabei ist es nicht von Bedeutung, ob man Spitzensportler*in, Hobbyläufer*in oder Anfänger*in ist. Eine Ziellinie existiert hier nicht. Stattdessen werden die Teilnehmer*innen vom Catcher Car eingeholt, welches sich 30 Minuten nach dem Start in Bewegung setzt. Alle Startgelder und Spenden werden zu 100 % für die Rückenmarksforschung verwendet, mit dem Ziel die Querschnittslähmung zu heilen.⁶⁵

Wettkampf und Sportveranstaltung werden oft miteinander verbunden, was auch die Attraktivität steigert. Jedoch erhöht der Wettkampf durch das Ziel des Gewinnens die Verletzungsgefahr erheblich und wird daher als eigenständiger Begriff angesehen. In der Fachliteratur werden als Merkmale einer Sportveranstaltung die Entgeltlichkeit, Wirtschaftlichkeit und Rechtmäßigkeit angegeben. Dies ist jedoch nur durch bestimmte Untersuchungen feststellen (z. B. Analyse der Sportveranstaltungsversicherung).⁶⁶

Eine eindeutige Abgrenzung ist bei der Sportveranstaltung und dem allgemeinen Sportbetrieb zu erkennen. Der Sportbetrieb ist kein außergewöhnliches Ereignis mit unterhaltendem Charakter, es geht alleine um das Sporttreiben einer Person selbst, beispielsweise im Sportunterricht, Verein, Lauftreff, Fitnessstudio oder privat beim Radfahren bzw. Einzellauf. Diese sportlichen Betätigungen können, müssen aber nicht zeitlich begrenzt sein und sind auch ohne hohen organisatorischen Aufwand möglich. Eine bestimmte Personenanzahl setzt zwar Planung und Abstimmung voraus, jedoch rein mit einem koordinativen Ziel, nämlich das gemeinsame Sporttreiben zu gewährleisten. Zweck der sportlichen Betätigung ist meist der Aufbau von Kondition und Geschicklichkeit, sowie der Erhalt von Gesundheit. Werden bei einem Training dennoch Wettbewerbe veranstaltet, dient dies rein zu Übungszwecken. Ein für Events typisches Rahmenprogramm sowie Darbietungen und Vorführungen sind beim allgemeinen Sportbetrieb nicht vorhanden. Es gibt auch kein Publikum, ausgenommen zufälliger Beobachter*innen.⁶⁷

⁶⁴ Vgl. Schuld (2010), S. 6.

⁶⁵ Vgl. Red Bull GmbH (2023b): Wings for Life World Run. Laufformat: Unsere Mission: Dieser Lauf ist einzigartig. Online verfügbar unter <https://www.wingsforlifeworldrun.com/de/laufformat>, o. S.

⁶⁶ Vgl. Schuld (2010), S. 6.

⁶⁷ Vgl. Schuld (2010), S. 7.

3.2 Geschichte Sportveranstaltungen

Bereits im Zeitalter der frühen Hochkulturen wurden erste sportliche Wettkämpfe wie etwa Laufen, Ringen, Speerwurf oder Boxen ausgetragen. Dies diente als Vorbereitung auf militärische Auseinandersetzungen oder die Jagd.⁶⁸

Im alten Griechenland waren es die Olympischen Spiele, welche erstmals als große Sportevents angesehen wurden. Die erste Austragung dieser fand im Jahr 776 v. Chr. Zu Ehren des Gottes Zeus statt.⁶⁹ Vorerst wurden die Olympischen Spiele nur an einem Tag mit nur einer Disziplin, dem Stadionlauf, ausgetragen. Bis zum 5. Jahrhundert v. Chr. wurden die Spiele immer größer und dauerten zu diesem Zeitpunkt schon fünf Tage. Zu den Disziplinen zählten Läufe unterschiedlicher Distanzen (ca. 200 Meter, ca. 400 Meter sowie Langläufe von ca. 1.400 Meter und ca. 4.800 Meter). Der Marathonlauf war zu dieser Zeit aber nicht Teil der Olympischen Spiele sondern kam erst in der Neuzeit, dazu. Zusätzlich gab es aber einen Lauf von ca. 200 Metern bzw. ca. 400 Metern, welche die Teilnehmer bewaffnet mit Schild und Schwert und in Rüstung bestreiten mussten. Weitere bedeutende Disziplinen waren Ringkampf, Boxkampf, Pankration (ein Ring-Box-Kampf) sowie Speerwurf. Außerdem existierte noch das Pentathlon, ein Fünfkampf zusammengesetzt aus den Disziplinen Laufen, Springen, Diskuswurf, Speerwurf und Ringen. Zudem gab es zwei Arten von Pferderennen, Wagenrennen mit Zwei- sowie Vierspännern über zwölf Stadionrunden und ein Reiterrennen über sechs Stadionrunden.⁷⁰

Kaiser Theodosius I. untersagte im Jahr 394 n. Chr. die Ausübung aller heidnischen Bräuche, darunter fielen auch die Olympischen Spiele, die mit Kulthandlungen verbunden waren. Bis dahin wurden die Olympischen Spiele über 1.000 Jahre lang regelmäßig ausgetragen. Aufgrund dieser Daten und Fakten und des Bekanntheitsgrades über die eigenen Grenzen hinaus, können die Olympischen Spiele der Antike als erster internationaler Sportevent definiert werden.⁷¹

Im Römischen Reich wurden sportliche Veranstaltungen oft als Schaukämpfe ausgetragen und dienten als dramatische Unterhaltung der Bevölkerung. Die Boxer trugen Bandagen an

⁶⁸ Vgl. Jäger (2021), S. 60.

⁶⁹ Vgl. International Olympic Comitee (2023): History. Online verfügbar unter <https://olympics.com/ioc>, o. S.

⁷⁰ Vgl. Jäger (2021), S. 60.

⁷¹ Vgl. International Olympic Comitee (2023), o. S.

ihren Händen, um Verletzungen zu vermeiden. Diese Bandagen waren mit Nägeln versehen, um den Gegnern zu schaden und diese zu töten. Mit Ende der Römerzeit wurde auch der Boxkampf als Sport nicht mehr betrieben und verschwand für beinahe 1.000 Jahre. Die Römer konzentrierten sich eher auf die berühmten Wagenrennen im Circus Maximus, wo die Gewinner nicht nur Helden waren, sondern auch Siegespalmen, Kronen und Goldketten bekamen. Mit der Expansion des Römischen Reiches wurden diese Spektakel auch in die eroberten Länder und Regionen ausgeweitet.⁷²

Im Mittelalter überwogen Ritterturniere und Tjosts (Wettkampf von zwei Rittern mit Lanze). Diese Sportwettkämpfe wurden auch als Vorbereitung auf bevorstehende Kämpfe und Feldzüge genutzt. Bei Wettbewerben wurden neben den Lanzten auch Waffen wie beispielsweise der Bogen, das Schwert, die Streitaxt oder der Dolch herangezogen. Auf Befehl des Königs mussten sich Adelige stets solchen Kämpfen unterziehen. Die Ritter blieben somit in Form und trainierten auch in friedlichen Zeiten ihren Kampfstil. Als entscheidende Sportart neben den Turnieren und Tjosts galt im Mittelalter das Bogenschießen. Für eine Zeit lang war diese Sportart in England laut Gesetz sogar Pflicht für Männer im Alter zwischen 15 und 60 Jahren. Im ganzen Land wurden Übungsplätze errichtet, auf denen freizugängliche Trainings abgehalten wurden. Unter der Herrschaft von König Edward III. Wurde 1369 das Fußballspiel untersagt, da dieses die Männer am Bogenschießen hinderte.⁷³

In Europa erlangten im 16. Jahrhundert Sportarten wie Golf, Curling, Eishockey, Tennis (vorerst nur in Räumen ausgeübt), und Billard eine große Bedeutung. Viele Sportarten konnten jedoch nur von der oberen Gesellschaftsschicht betrieben werden.⁷⁴

In den darauffolgenden Jahrzehnten wurde Sport als Freizeitbeschäftigung immer häufiger aus der Öffentlichkeit verdrängt. Dies ist auf strikte religiöse Ansichten zurückzuführen, welche das Sport treiben an Sonntagen verboten, da dadurch „der Geist des Sonntags und des Gebets“ geschmäht wurde. Das *Book of Sports* wurde 1618 von Protestanten vernichtet, da in diesem das Ausüben von angesehenen Sportarten vom König geduldet wurde.⁷⁵ Außerdem stand durch die beginnende Industrialisierung die Arbeit im

⁷² Vgl. Jäger (2021), 60f.

⁷³ Vgl. Jäger (2021), S. 61.

⁷⁴ Vgl. Jäger (2021), S. 62.

⁷⁵ Vgl. Behringer, Wolfgang (2012): Kulturgeschichte des Sports. Vom antiken Olympia bis zur Gegenwart. 1. Aufl. München: Beck, S. 12.

Vordergrund, welche die Menschen sehr beanspruchte. Große Sportveranstaltungen hätten zu sozialen Massenunruhen führen können, auch ein Grund weshalb sie untersagt wurden.⁷⁶

Den Pädagogen Johann Friedrich Gutsmuths (1759-1839) und Friedrich Ludwig Jahn ist das heutige Geräteturnen bzw. die moderne Gymnastik zu danken. Diese beide entwickelten Ende des 18. Jahrhunderts Turnübungen an Geräten für Jungen und junge männliche Erwachsene. Jahn unterstützte die Einführung von Barren, Ringen und Reck bei internationalen Wettkämpfen. Dazu teilten sich auch der Amateur- und der Profisport, was die Gründung nationaler und internationaler Sportverbände beeinflusste.⁷⁷

Im 19. Jahrhundert wurde der Sport von der bürgerlichen Mitte geprägt. Dabei hatten Fairness und Regeln eine wichtige Bedeutung bei Wettbewerben. Neue Technologien, öffentliche Schulen und Kontrollgremien trugen zu einer Weiterentwicklung des Sports teil. Eine entscheidende Veränderung in der Geschichte der Sporthevents war der freie Samstagnachmittag. Die Leute mussten nicht zur Arbeit und hatten somit Zeit um entweder selbst Sport zu treiben oder einen Sporthevent als Zuschauer*innen zu verfolgen.⁷⁸

Im Jahr 1896 wurden die ersten Olympischen Spiele der Neuzeit in Athen abgehalten, ein wesentlicher Sprung für die Internationalisierung der Sportveranstaltungen. Gründer der modernen Olympischen Spiele war der Franzose Pierre Baron de Coubertin (1863-1937). Für ihn galten diese Spiele als immer wiederkehrendes sportliches Spektakel, welches die Jugend aus der ganzen Welt zusammenbringen sollte.⁷⁹ Stichtag der ersten Olympischen Spiele der Neuzeit war der 6. April 1896. Schauplatz war das Olympiastadion in Athen, welches an diesem Tag von ca. 60.000 Zuschauer*innen besetzt war. Die Wettbewerbe wurden bis zum 15. April ausgetragen, es wirkten 241 Athleten aus 14 Ländern mit.⁸⁰

Trotz des Erfolgs der Olympischen Spiele 1896 kam es danach zu einem Stillstand und durch diesen beinahe zum Erliegen. Auslöser dafür waren wiederum die Spiele im Jahr 1900 zur Pariser Weltausstellung bzw. zur Weltausstellung 1904 in St. Louis, USA. Ein eigenes Stadion existierte in Paris nicht, stattdessen wurde das Gelände der

⁷⁶ Vgl. Jäger (2021), 62f.

⁷⁷ Vgl. Jäger (2021), S. 63.

⁷⁸ Vgl. Jäger (2021), 63f.

⁷⁹ Vgl. Bierstedt, Rainald (2013): OLYMPISCHE SPIELE UND GOLF. Beiträge zur Verbreitung der Olympischen Idee im Juniorgolfssport, Teil 1. Norderstedt: Books on Demand, S. 41.

⁸⁰ Vgl. Bierstedt (2013), S. 51.

Weltausstellung genutzt. Diesmal war es auch erstmals Frauen erlaubt die Olympischen Spiele zu bestreiten. In St. Louis gab es 650 Teilnehmer, wobei 580 davon für die Vereinigten Staaten antraten, wodurch die Internationalität der Spiele nicht gegeben war. Zwei Jahre statt vier Jahre später im Jahr 1906, wurden die Spiele nochmals in Athen ausgetragen und als das internationale Multi- Sportereignis bezeichnet. Das Internationale Olympische Komitee (IOC) benannte diese Spiele als die Zweiten Internationalen Olympischen Spiele. Nach Ende des Ersten Weltkriegs wurde 1921 vom IOC beschlossen, auch Olympische Winterspiele einzuführen. Diese wurden 1924 in Chamonix, Frankreich, erstmals umgesetzt. Zu Beginn sollten Sommer- und Winterspiele im gleichen Land stattfinden, dieser Plan wurde aber bald wieder verworfen. Das IOC legte nur fest, dass Sommer- und Winterspiele stets im selben Jahr ausgetragen werden sollten. Bis zum Jahr 1992 wurde dies beibehalten. Zwei Olympische Spiele im selben Jahr waren aber mit einem sehr hohen Organisationsaufwand verbunden. Deshalb wurde entschieden fortan die Abfolge der Winterspiele um 2 Jahre zu verschieben. Seit 1994 werden die Olympischen Winterspiele jeweils 2 Jahre nach den Olympischen Sommerspielen ausgetragen. Heutzutage sind die Olympischen Spiele sogenannte Megaevents, welche Milliarden Menschen beobachten.⁸¹

⁸¹ Vgl. Jäger (2021), 64f.

In folgender Tabelle werden einige bedeutende internationale Sportevents und deren Erstaustragungsjahr aufgelistet:

Jahr	Wettbewerb	Anmerkungen
1834	Lacross-Turnier	Feldspiel in Amerika, spielten bereits die Ureinwohner von Amerika und Kanada
1851	America's Cup	Segelregatta
1855	Eishockeyturnier in Kingston, Ontario	
1858	Erstes Australien Rules Football-Turnier	
1860	British Open Golfturnier	
1875	The Kentucky Derby	Pferderennen
1876	Start der Baseball's National League in den USA	
1877	Wimbledon Tennisturnier	
1877	Erstes Cricket-Spiel zwischen Australien und England	
1896	Ersten Olympischen Spiele der Neuzeit	
1903	Tour de France	Radrennen
1906	Targa Florio	Erstes Autorennen
1911	Commonwealth Games	
1911	Indianapolis 500	Autorennen
1930	Fußballweltmeisterschaft in Uruguay	
1960	Weltspiele für Behinderte	Später Paralympics

Tabelle 3: Bedeutende Sportevents und deren Erstaustragungsjahr (in Anlehnung an Jäger (2021), S. 65f)

Für die Eventbranche sind nun internationale Sportevents sowohl im Amateur- als auch im Profibereich essentiell. Vor allem internationale Sportevents haben sich in den vergangenen 30 Jahren stark weiterentwickelt. Technische Erfindungen wie Internet, Satellitenfernsehen und Onlinemedien verschaffen diesen Events eine weltweite Reichweite. Neben technologischen sind für internationale Sportevents auch die politischen, sozialen und ökonomischen Aspekte ausschlaggebend. In vielen Fällen waren

die Olympischen Spiele zugleich die Spiegelung für politische Stärken bzw. die Macht des austragenden Landes.⁸²

Sehr viele internationale Sportveranstaltungen verfolgen bereits eine langjährige Tradition und haben sich mit der Zeit von regionalen Sportevents zu internationalen Groß- und Megasportevents entwickelt. In Hinblick auf die Fußballweltmeisterschaft (Herren), zählte diese Sportart vorerst gar nicht zu den Wettkampfsportarten. 1896 wurde Fußball nicht in das olympische Programm aufgenommen, da es als reines Spiel – eher als Showeinlage betrachtet wurde. Bei den Olympischen Spielen in Paris im Jahr 1900 waren ausschließlich die Länder Frankreich, Belgien und England vertreten. Erst im Jahr 1908, als in London die Olympischen Spiele ausgetragen wurden gelang der Fortschritt für den internationalen Fußball. Neben England waren auch die Mannschaften der Länder Frankreich, Dänemark, Schweden und den Niederlanden vor Ort.⁸³

Der Höhepunkt der internationalen Fußballgeschichte waren die Olympischen Spiele 1924. Es nahmen nicht nur die europäischen Teams teil, sondern zudem auch die Mannschaften aus Ägypten, den United States und Uruguay. Bereits vier Jahre später, 1928 waren einige Teams aus Südamerika bei den Gastspielen in Europa willkommen. Der Triumph der internationalen Fußballturniere im Zuge der Olympischen Spiele stellte jedoch ein Problem für die FIFA dar. In den Mannschaften durften nur Amateure spielen, wodurch viele wichtige Länder ausgeschlossen waren. Aus diesem Grund entschloss sich die FIFA bei einer Tagung am 28. Mai 1929 zu einer eigenen Fußball-Weltmeisterschaft. Neben Uruguay bemühten sich auch einige europäische Länder Austragungsort der Fußballweltmeisterschaft zu sein. Durch die Weltwirtschaftskrise hatten jedoch viele europäische Länder Bedenken bezüglich der Kosten, weshalb letztendlich nur noch Italien, Ungarn und Uruguay zur Auswahl standen. 1930 war Uruguay Veranstaltungsort der ersten Fußballweltmeisterschaft und siegte auch bei dieser. Die erste weltweite Live-Übertragung einer Fußball-WM fand 1958 statt, in diesem Jahr war Schweden der Austragungsort. Die Fußball-Weltmeisterschaft zählt heute neben den Olympischen Spielen zu den Megaevents und sind Milliardengeschäfte. 90 Prozent der Einnahmen der

⁸² Vgl. Jäger (2021), S. 66.

⁸³ Vgl. Huba, Karl-Heinz (2007): Fußball-Weltgeschichte. Bilder, Daten, Fakten von 1846 bis heute. München: Copress-Verlag, S. 25.

FIFA gehen aus dem Verkauf der Fernseh-, Marketing-, Hospitality- und den Lizenzrechten der Fußballweltmeisterschaft hervor.⁸⁴

Zu weiteren bedeutenden jährlich veranstalteten internationalen Sportveranstaltungen, welche weltweites Medien- und Besucherinteresse wecken, gehören etwa Formel 1, Tennis ATP Touren, Golf PGA Touren, Rad-WM sowie Leichtathletik- oder Schwimmweltmeisterschaften. Außerdem zählen noch die kontinentalen Meisterschaften, wie zum Beispiel Europameisterschaften, in diversen Sportdisziplinen dazu.⁸⁵

3.3 Hauptakteure internationaler Sporthevents

Die meisten internationalen Sportveranstaltungen heutzutage haben eine lange Historie und häufig auch Organisatoren bzw. Organisationen, welche diese Veranstaltungen und deren Entwicklung wesentlich unterstützt, gesteuert und mitbestimmt haben. In der Literatur werden drei Hauptakteure bei der Entwicklung von internationalen Sporthevents aufgezählt:⁸⁶

- Sportorganisationen
- Sportkonsumenten
- Nicht-Sportorganisationen

Sportorganisationen

Unter Sportorganisationen werden Sportclubs und Sportvereine verstanden, welche als Ziel das Produkt Sport bzw. die Ausübung einer Sportart verfolgen. Zu diesen Produkteleistungen kommen außerdem noch Serviceleistungen, wie beispielsweise Trainings und Unterricht sowie die Teilnahme an und die Austragung von Sportwettkämpfen hinzu. Die Tätigkeit der einzelnen Sportclubs und –vereinen wird wiederum von äußeren Faktoren gesteuert.⁸⁷

⁸⁴ Vgl. Jäger (2021), S. 67.

⁸⁵ Vgl. Jäger (2021), S. 67.

⁸⁶ Vgl. Ferdinand, Nicole; Kitchin, Paul J. (2012): Events Management. An International Approach. Los Angeles: SAGE, S. 235.

⁸⁷ Vgl. Jäger (2021), S. 68.

Der sichere Erfolg dieser Sportorganisationen ist gebunden an deren ökonomisches Agieren (Mitgliedergewinnung, Ausbildungs- und Trainingsarbeit, erfolgreiche Teilnahme an Wettkämpfen). Ausschlaggebend sind zudem die technologischen Gegebenheiten, wie zum Beispiel die vorhandenen Geräte und Hilfsmittel sowie die Infrastruktur und Trainingsmöglichkeiten des Sportvereins. Sportorganisationen werden als Teil der Gesellschaft angesehen und müssen sich deshalb nach politischen Regelungen (kommunale, Landes- oder Bundesebene), gesetzlichen Bestimmungen (Vereinsrecht, Sportförderungsgesetz, Sportstättenordnung) und soziokulturellen Einflüssen (Vereinskultur, Kultur der Mitglieder, gesellschaftliche Erfordernisse) richten. Außerdem ist die Beachtung ethnischer Maßstäbe wie beispielsweise die Wertevermittlung, Fairness und der sportliche Verhaltenskodex sowie ökologischen Ansichten wichtig. Zudem spielt die Verbandsarbeit auf regionaler, Landess- und Bundes- bis hin zur internationalen Ebene bei Sportorganisationen eine zentrale Rolle.⁸⁸

In nachstehender Abbildung sind die äußeren Einflussfaktoren von Sportorganisationen nochmals ersichtlich:

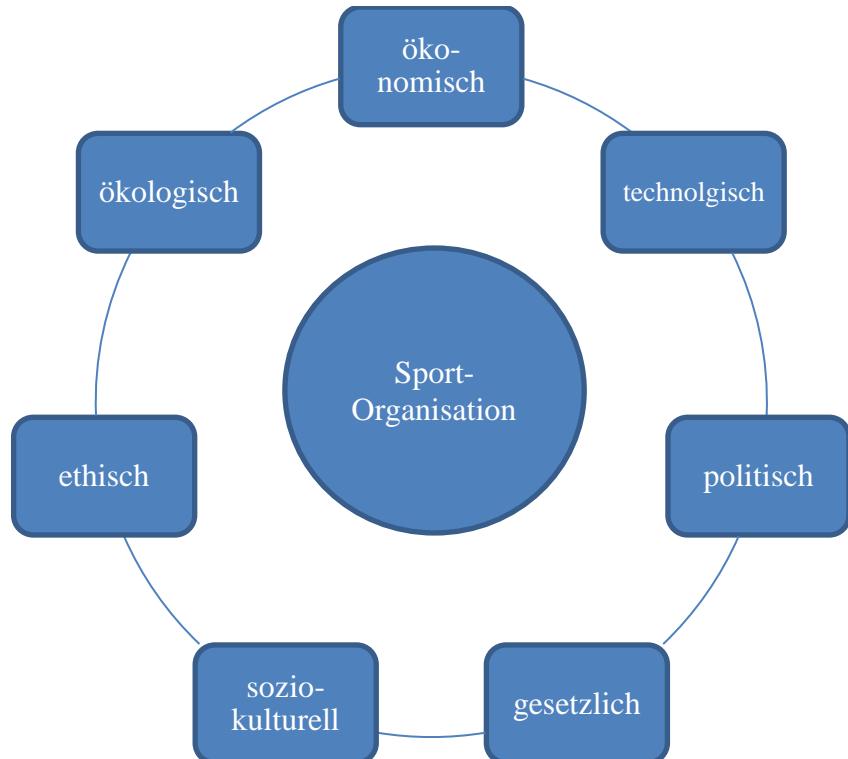


Abbildung 2: Äußere Einflussfaktoren von Sportorganisationen (in Anlehnung an Jäger (2021), S. 69)

⁸⁸ Vgl. Jäger (2021), S. 68.

Für den Erfolg einer Sportorganisation ist es entscheidend, auf Landes- und Bundesebene aktiv zu sein, nur so ist die Teilnahme der Vereine an internationalen Wettbewerben gegeben. Auf dieser Basis erzielen die Vereine Einnahmen aus Eintrittsgeldern, Übertragungs- und Vermarktungsrechten.⁸⁹

Sportkonsumenten und Sportfans

Für den Erfolg der Entwicklung internationaler Sportevents sind neben den Sportorganisationen auch die Konsument*innen und Kund*innen der jeweiligen Events wesentlich. Häufig werden nur jene Personen als Sportkonsument*innen/Sportfans angesehen, welche ein Sportevent vor Ort besuchen. Zu Sportkonsument*innen zählen aber heutzutage auch Personen, welche auf irgendeine Weise an einer Sportveranstaltung direkt oder indirekt teilhaben. Der Triumph eines internationalen Sportevents ist nicht nur abhängig von seinen direkten Besucher*innen, sondern auch von den medialen Zuschaueranzahlen.⁹⁰

⁸⁹ Vgl. Ferdinand und Kitchin (2012), S. 236.

⁹⁰ Vgl. Jäger (2021), S. 70.

Nicht-Sportorganisationen

Seit den 1980er-Jahren bestimmen auch Nicht-Sportorganisationen die ökonomische und weltweite Entwicklung von internationalen Sportevents.⁹¹ In der Abbildung ist die Einteilung aller Nicht-Sportorganisationen erkennbar:



Abbildung 3: Einteilung von Nicht-Sportorganisationen (in Anlehnung an Jäger (2021), S. 71)

Unter die Produzenten fallen beispielsweise Sportartikelhersteller, welche den Sportmarkt durch ihre Produkte und Leistungen steuern (z.B. Adidas, Puma, Nike, Red Bull, Asics etc.). Diese weltweit vertretenen Firmen beeinflussen nicht nur internationale Sportevents, sondern führen auch selbst eigene internationale Veranstaltungen durch (z. B. Red Bull Air Race, NTC Tours, Nike Women's Race Series). Zudem dienen viele dieser Hersteller auch gleichzeitig als Lieferanten bei Sportevents.⁹²

Daneben versuchen auch Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen (z. B. Verbände) ihre direkten und indirekten Ziele durch internationale Sportevents zu erreichen. Beispielsweise bewirkt die Austragung solcher Veranstaltungen hohes Ansehen und Prestige in der Öffentlichkeit. Einerseits soll dadurch die Bevölkerung für den Sport motiviert werden, andererseits streben die Länder und Austragungsorte eine Mithilfe bei

⁹¹ Vgl. Ferdinand und Kitchin (2012), S. 236.

⁹² Vgl. Jäger (2021), S. 70.

der Finanzierung von Infrastrukturprojekten an. Die Austragung solcher Sportveranstaltungen ist aber trotzdem immer mit einem hohen finanziellen Risiko verbunden und die Investments erzielen häufig keinen nachhaltigen Return.⁹³

3.4 Sportveranstaltungen nach Größenformat

In der Literatur werden Veranstaltungen und ihre Formate häufig nach ihrer Größe gegliedert.⁹⁴

Es wird differenziert zwischen kleinen/lokalen bzw. regionalen Events, mittleren Events, Großevents und Megaevents. Im angloamerikanischen auch als Local-, Major-, Hallmark- und Mega-Events bezeichnet. Abhängig von der Größe des Events steigt die Anzahl der Besucher*innen, die mediale Aufmerksamkeit, die wirtschaftlichen Effekte, die Veranstaltungskosten und Risiken.⁹⁵

Kleine Events (regional)

Zu diesem Eventformat zählen oft private, lokale oder regional begrenzte Veranstaltungen. Kleine Events werden von einigen Städten und Gemeinden das ganze Jahr hindurch ausgetragen. Sie wecken insbesondere das Interesse der regionalen Bevölkerung, auch im medialen Bereich. Essentiell für diese Veranstaltungen sind die sozialen und gesellschaftlichen Zwecke. Das Fördern der Gemeinschaft ist wichtig, es soll ein Zugehörigkeits – Gefühl vermittelt werden. Dadurch können auch neue Ideen und Projekte entstehen. Ein Beispiel für ein kleines Event wäre eine lokale Sportveranstaltung. Gelingt sie, so kann sie auch über die Region hinauswachsen und zu einer mittleren bzw. überregionalen Veranstaltung werden.⁹⁶

⁹³ Vgl. Jäger (2021), S. 70

⁹⁴ Vgl. Bowdin, G. A. J. (2011): Events Management. 3. Aufl. Amsterdam, Boston: Events management series, S. 19.

⁹⁵ Vgl. Jäger (2021), 37f.

⁹⁶ Vgl. Jäger (2021), S. 38.

Mittlere Events (überregional/national)

Nationale Veranstaltungen erlangen nicht nur hohes Ansehen bei der Zielgruppe und der Öffentlichkeit direkt am Veranstaltungsort, sondern auch über diesen hinaus. Dank des wachsenden Bekanntheitsgrades und des Medieninteresse überbieten die Besucherzahlen die Anzahl der dort wohnhaften Personen. Außerdem wird durch das große Interesse die Wirtschaft der Stadt bzw. der Region angekurbelt. Als Beispiele für solche Events gelten überregionale Sportevents, Meisterschaften in verschiedenen Sportdisziplinen oder Fußballbundesligaspiele. Steigert sich das Medien- u. Zuschauerinteresse über die Landesgrenzen hinaus, so entstehen daraus Großveranstaltungen.⁹⁷

Großevents

Diese Events erlangen internationale Aufmerksamkeit bei Teilnehmer*innen, Besucher*innen und den Medien. Großevents können einmalig oder wiederkehrend in einem begrenzten Zeitraum ausgetragen werden und glänzen mit ihrer Einmaligkeit. Das Image solcher Veranstaltungen zieht ein hohes Ansehen auf sie.⁹⁸ Beispiele für solche internationalen Sportevents wären die European Championships oder die Fußball Europameisterschaften.⁹⁹

Megaevents

Als Megaevents werden solche Veranstaltungen bezeichnet, deren Austragung einen Effekt auf die gesamte Volkswirtschaft hat und weltweit Medienaufmerksamkeit auf sich ziehen. Der Ausrichter solcher Veranstaltungen muss sich zuvor einem Bewerbungsverfahren unterziehen aufgrund dessen das Austragungsland bzw. der Austragungsort gewählt wird. Auf diese Art werden so die Olympischen Spiele oder die Fußballweltmeisterschaften vergeben. Solch große Veranstaltungen haben einen enormen Effekt für den Austragungsort. Die Infrastruktur muss geschaffen werden. Millionen von Besucher*innen müssen während des Veranstaltungszeitraums beherbergt und verpflegt werden. Die Auswirkungen sind einerseits positiv – neue Arbeitsplätze und damit

⁹⁷ Vgl. Jäger (2021), S. 38.

⁹⁸ Vgl. Jäger (2021), S. 39.

⁹⁹ Vgl. Bundesministerium des Innern und für Heimat (2023b): Sportgroßveranstaltungen in Deutschland.

Online verfügbar unter

<https://www.bmi.bund.de/DE/themen/sport/sportgrossveranstaltungen/sportgrossveranstaltungen-in-deutschland/sportgrossveranstaltungen-in-deutschland-node.html>, o. S.

Einkommenssteigerungen, positive Werbewirkung und eine Imageverbesserung ist möglich. Nicht zu vergessen sind aber die finanziellen Risiken, die die Ausrichter eingehen müssen. Dies warf in den letzten Jahren Bedenken auf, ob die Durchführung solcher Megaevents in Zukunft noch tragbar ist, oder ob es zu Umstrukturierungen kommen muss.¹⁰⁰

3.5 Sportveranstaltungen in Österreich

Aufgrund der langjährigen Erfahrung und damit ausgezeichneten Qualität der Organisation ist Österreich schon seit Jahrzehnten ein sehr beliebter Austragungsort von Großveranstaltungen.¹⁰¹

Internationale Sportevents wie etwa Welt- und Europameisterschaften sind für viele Athlet*innen von Bedeutung. So können die Höchstleistungen vor heimischem Publikum gezeigt werden. Österreich geht durch Sportgroßveranstaltungen folgenden Zielen nach:¹⁰²

- Stärkung der Sportnation Österreich sowie die Platzierung als Gastgeberland großer Sportveranstaltungen
- Präsentationsmöglichkeit für österreichische Athlet*innen
- Bekanntheitsgrad und Popularität Österreichs weltweit erhöhen
- Unterstützung der Tradition von Sportarten und nachhaltige Benutzung von Sportinfrastruktur
- Motivation der österreichischen Bevölkerung zu mehr Sport und Bewegung für einen gesünderen und aktiveren Lebensstil
- Positive Auswirkungen auf Wirtschaft und Tourismus in Österreich

Zudem hat Österreich eine stabile politische Lage, eine hohe Sicherheit, eine gute Infrastruktur sowie die Schönheit des Landes zu bieten. All diese Punkte führen mit dem

¹⁰⁰ Vgl. Jäger (2021), S. 39.

¹⁰¹ Vgl. Adam, Norbert (2011): Bundes Sport Organisation. Sechs erfolgreiche Jahrzehnte für Österreichs Sport. Wien: Österreichische Bundes-Sportorganisation, S. 83.

¹⁰² Vgl. Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (2021): Sportbericht 2020. Wien: Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport, S. 55.

schon erwähnten hohen Niveau der Organisation, den vorhandenen guten Sportstätten und den herausragenden Zuschauerkulissen zur weltweit hohen Wertschätzung.¹⁰³

Seit dem Jahr 2008 trifft sich somit die internationale Fußball-, Handball-, Judo-, Volley-, Beachvolleyball-, American Football-, Tischtennis-, Hockey-, Segel-, und Faustballelite sowie die ganze Wintersport-Weltelite zu Welt- und Europameisterschaften in Österreich.¹⁰⁴

3.6 Zwischenfazit

In diesem Kapitel wurden die Grundlagen von Sportveranstaltungen erläutert. Definiert wird eine Sportveranstaltung als eine Veranstaltung, welche aus einem oder einer Vielzahl an Sportereignissen bestehen kann und einen starken Unterhaltungseffekt bei Zuschauer*innen sowie Teilnehmer*innen erzielen.¹⁰⁵ Die Teilnehmer*innen-Anzahl an einem Sportevent kann, muss aber nicht begrenzt sein.¹⁰⁶ Außerdem kann in Amateur- und Profisportevents unterteilt werden.¹⁰⁷ Alle Sportveranstaltungen sind jedoch einmalige Ereignisse. Sie verlangen Organisation, Vorbereitung, Darbietungs- und Vorführungsfunktionen, wodurch die öffentliche Aufmerksamkeit erlangt wird.¹⁰⁸

Die Geschichte der Sportveranstaltungen beginnt bereits zur Zeit der frühen Hochkulturen. In dieser Epoche wurden sportliche Wettkämpfe wie z. B. Laufen, Ringen, Speerwurf oder Boxen ausgetragen. Diese wurden als Vorbereitung für militärische Auseinandersetzungen oder die Jagd angesehen.¹⁰⁹ Das erste große Sportevent fand im Jahr 776 v. Chr. im alten Griechenland statt: die Olympischen Spiele.¹¹⁰ Im Mittelalter wurden Ritterturniere abgehalten, im 16. Jahrhundert wurden Sportarten wie Golf, Tennis, Eishockey etc. populär. Im 18. Jahrhundert entstand das heutige Geräteturnen bzw. die moderne Gymnastik. Im 19. Jahrhundert nahm vor allem die bürgerliche Mitte an Sportveranstaltungen teil. Im Jahr 1896 wurden die ersten Olympischen Spiele der Neuzeit in Athen abgehalten, ein wesentlicher Sprung zur Internationalisierung der

¹⁰³ Vgl. Adam (2011), S. 84.

¹⁰⁴ Vgl. Adam (2011), S. 84.

¹⁰⁵ Vgl. Jäger (2021), S. 36.

¹⁰⁶ Vgl. Schuld (2010), S. 6.

¹⁰⁷ Vgl. Jäger (2021), S. 36.

¹⁰⁸ Vgl. Schuld (2010), S. 6.

¹⁰⁹ Vgl. Jäger (2021), S. 60.

¹¹⁰ Vgl. International Olympic Comitee (2023), o. S.

Sportveranstaltungen. Insbesondere internationale Sportveranstaltungen haben sich in den vergangenen Jahrzehnten nicht nur technisch weiterentwickelt,¹¹¹ sondern auch in ihrer Größe.¹¹² Neben den bedeutenden Fußball-Weltmeisterschaften und Olympischen Spielen zählen heutzutage auch die Rad-WM, Formel 1, Tennis ATP Touren etc. zu den angesehensten internationalen Sportveranstaltungen.¹¹³

Die Literatur unterscheidet drei Hauptakteure bei der Entwicklung internationaler Sportevents: Die Sportorganisationen, die Sportkonsumenten und die Nicht-Sportkonsumenten.¹¹⁴

Zudem können Sportveranstaltungen je nach Größe unterteilt werden: kleine Events (regional), mittlere Events (überregionale/national), Großevents und Megaevents.¹¹⁵

Das Land Österreich gilt als ein sehr beliebter Organisator für Sportveranstaltungen bzw. Sportgroßveranstaltungen¹¹⁶ und durfte bereits eine Vielzahl davon austragen.¹¹⁷ Neben der ausgezeichneten Qualität der Organisation kann Österreich zudem mit einer stabilen politischen Lage, einer hohen Sicherheit, der Schönheit des Landes und einer guten Infrastruktur punkten.¹¹⁸

¹¹¹ Vgl. Jäger (2021), 64ff.

¹¹² Vgl. Huba (2007), S. 25.

¹¹³ Vgl. Jäger (2021), S. 67.

¹¹⁴ Vgl. Ferdinand und Kitchin (2012), S. 235.

¹¹⁵ Vgl. Jäger (2021), 37ff.

¹¹⁶ Vgl Adam (2011), S. 83.

¹¹⁷ Vgl. Johannes Kepler Universität Linz (JKU), Institut für Digital Business 2023 Johannes Kepler Universität Linz (JKU), Institut für Digital Business (2023): Sportgeschichte. Online verfügbar unter <https://www.oesterreich.com/de/sport/geschichte-sport, o. S.>

¹¹⁸ Vgl. Adam (2011), S. 84.

4 Ernährung des Menschen

Nach den Grundlagen von Sportveranstaltungen folgt in diesem Kapitel das Thema „Ernährung des Menschen“. Zu Beginn werden die Ernährungswissenschaften selbst definiert. Im nächsten Abschnitt wird die Geschichte der Ernährung nähergebracht und schlussendlich die Zukunft der Essgewohnheiten des Menschen geschildert, zu denen u. a. die Ernährungstrends 2023 zählen.

4.1 Definition Ernährungswissenschaft

Die Ernährung ist für die menschliche Gesundheit und Entwicklung ausschlaggebend. Eine richtige Ernährung fördert die Gesundheit von Säuglingen, Kindern und Müttern. Zudem stärkt eine ausgewogene Ernährung das Immunsystem, trägt zu einer sichereren Schwangerschaft und Geburt bei und verringert das Risiko von Krankheiten wie Diabetes und Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Zusätzlich steigert eine bessere Ernährung die Lebenserwartung.¹¹⁹

Der Begriff Ernährungswissenschaft weist zwei gleichbedeutende Definitionen auf:¹²⁰

„Das Studium der Nahrung in Beziehung zum Menschen.“¹²¹

„Das Studium des Menschen in Beziehung zur Nahrung.“¹²²

Laut der Gießener Erklärung wird die Ernährungswissenschaft wie folgt definiert:

„Sie befasst sich mit Nahrungssystemen, Essen und Trinken, den darin enthaltenen Nährstoffen und anderen Inhaltsstoffen sowie ihrer Wechselwirkungen in und zwischen allen relevanten biologischen, gesellschaftlichen und ökologischen Systemen.“¹²³

Das Wissen über die menschliche Ernährung zählt zu einem sehr umfangreichen Fachgebiet. Es streckt sich von den Agrarwissenschaften über die Ernährung des

¹¹⁹ Vgl. World Health Organization (2023), o. S.

¹²⁰ Vgl. Elmadfa (2020), S. 19.

¹²¹ Elmadfa (2020), S. 19.

¹²² Elmadfa (2020), S. 19.

¹²³ Leitzmann, Claus; Cannon, Geoffrey (2006): Die Gießener Erklärung zum Projekt "Die Neue Ernährungswissenschaft". In: *Ernährungs-Umschau*, Vol. 53 (Heft 6), S. 43.

Menschen bis hin zur Molekularbiologie. Folglich stehen die Ernährungswissenschaften in Zusammenhang mit Wirtschafts- und Sozialwissenschaften.¹²⁴

Ein wesentlicher Schwerpunkt in der Ernährungswissenschaft ist die Lebensmittelwissenschaft, welche mit der Lebensmittelproduktion startet. Dabei ist von Bedeutung, wie die Lebensmittelproduktion genau abläuft. Die Wissenschaftler*innen setzen sich mit den Arbeitsweisen, den Methoden und der Basis der Pflanzen- und Tierzüchtung (Genetik) auseinander. Damit werden die Verbindungen erklärt und eine qualitativ bzw. quantitativ hochwertigere Nahrungsmittelproduktion ermöglicht.¹²⁵

Hauptsächlich sollen die Ernährungswissenschaftler*innen die Lebensmittelauswahl und deren Folgen in Bezug auf die verschiedenen Arten der von Nahrungsmittelherstellung erforschen. Von ihnen sind die Vorgaben und Empfehlungen von Art, Umfang und Form der Nährstoffe abhängig, welche die Menschen in unterschiedlichen Lebenssituationen zu sich nehmen. Zu diesen Situationen zählen beispielsweise Alter, Schwangerschaft, Stillzeit, Berufsschweregrad, Klima, Gesundheitszustand etc. Um dieser Funktion gerecht zu werden, müssen sich Ernährungswissenschaftler*innen an der Basis der Naturwissenschaften orientieren, welche medizinisches Wissen voraussetzt. Deshalb ist bei den Themen Mangelerscheinungen, Intoleranzen, Allergien und Vorbeugung ernährungsbedingter Erkrankungen die Zusammenarbeit mit Mediziner*innen unumgänglich.¹²⁶

Zudem spielen auch die sozialen Aspekte für Ernährungswissenschaftler*innen eine große Rolle. Diese beinhalten zum Beispiel Traditionen, Verbote und die soziale Umgebung. Außerdem ist die richtige Kommunikation für die Weitergabe von Informationen zum Thema Ernährung wesentlich. Ein Teil der Bevölkerung verfügt zwar über dieses Wissen, setzt die optimale Nahrungsmittelaufnahme aber nicht um. In unseren Breitengraden wird beispielsweise sehr viel Weißmehl oder Zucker zu sich genommen, obwohl die gesünderen Vollkornprodukte vorhanden wären. Darum wäre eine Ernährungsberatung sinnvoll.¹²⁷

¹²⁴ Vgl. Elmadfa (2020), S. 19.

¹²⁵ Vgl. Elmadfa (2020), S. 19.

¹²⁶ Vgl. Elmadfa (2020), 19f.

¹²⁷ Vgl. Elmadfa (2020), S. 20.

Die unterschiedliche wirtschaftliche Lage der einzelnen Bevölkerungsgruppen und damit in Verbindung die Bereitstellung von Lebensmitteln, die Kaufkraft und die Produktkosten stehen in engem Zusammenhang mit der Ernährung eines Menschen.¹²⁸

Ernährungswissenschaftler*innen werden in Zukunft mit folgenden Fragen konfrontiert sein:¹²⁹

- Wie kann eine optimale Ernährung unter Beachtung kultureller Aspekte aussehen?
- Warum ist ein großer Teil der Erde trotz vorhandener Lebensmittel von Hungersnot geplagt?
- Wie sollen passende Kommunikationsmaßnahmen zum Thema Ernährung ausgebaut werden?
- Wie kann der globale Anstieg der Anzahl an übergewichtigen Personen verhindert werden?

Für Erkenntnisse über das menschliche Essverhalten sind die Ernährungswissenschaftler*innen auch auf die Soziologie und die Psychologie der Menschen angewiesen. Essgewohnheiten entstehen bereits in der Kindheit. Zudem haben die Medien eine enorme Macht über die Ernährungsweise einer Person. Viele Menschen richten sich mehr nach prominenten Stars, anstatt ernährungswissenschaftliche Informationen anzunehmen.¹³⁰

Ernährungswissenschaftler*innen müssen somit über ein breites Wissen verfügen, nicht nur in ihrem eigenen Spezialgebiet, sondern auch in den damit verbundenen Bereichen.¹³¹

¹²⁸ Vgl. Elmadfa (2020), S. 20.

¹²⁹ Vgl. Elmadfa (2020), S. 20.

¹³⁰ Vgl. Elmadfa (2020), S. 21.

¹³¹ Vgl. Elmadfa (2020), S. 21.

4.2 Ernährung damals und heute

Die Ernährung spielt für die Entwicklung und Geschichte der Menschheit eine bedeutende Rolle. Sie beeinflusste das Leben der Menschen – ihre Arbeit, ihr Wohlbefinden, aber auch ihr Leid.¹³²

Um klarzustellen, welche Ernährungsform dem Menschen am ehesten entspricht und somit als artgemäße Ernährung bezeichnet werden kann, muss also zuerst die Entwicklungsgeschichte des Menschen und seiner Ernährung erläutert werden. Dazu ist es auch notwendig, auf Anatomie und Physiologie des menschlichen Verdauungssystems einzugehen. Eine Prüfung der gängigen Ernährungsformen der heute lebenden Bevölkerungsgruppen weist darauf hin, dass es dem Menschen möglich ist, sich situationsbezogen sehr verschieden zu verpflegen. Daraus kann geschlossen werden, dass der Mensch sich über einen langen Zeitraum an die auf der Erde vorkommenden Nahrungsmittel angepasst hat. Es existiert keine genaue Beschreibung des Ernährungsverhaltens des Menschen bzw. seiner Vorfahren seit Anbeginn der Zeit. Aus unterschiedlichen und manchmal gegensätzlichen Behauptungen, klare Zusammenhänge erfassen zu können ist schwierig. Trotzdem können im Hinblick auf die Geschichte verschiedene Entwicklungsphasen festgestellt werden.¹³³

¹³² Vgl. Fadani, Andrea (2014): Die Geschichte der Welternährung. Online verfügbar unter <https://www.bpb.de/themen/globalisierung/welternaehrung/181643/die-geschichte-der-welternaehrung/>, o. S.

¹³³ Vgl. Elmadfa (2020), S. 21.

Nachstehende Tabelle gibt einen Überblick über die Geschichte der Ernährung des Menschen, welche anschließend genauer beschrieben wird.

Zeitraum	menschliche Gattung	Ernährung
Vor ca. 4 Millionen Jahren	Australopithecus	<ul style="list-style-type: none"> • Hauptsächlich pflanzliche Ernährung • Geringe Mengen an tierischen Produkten
Vor ca. 2,5 bis 2 Millionen Jahren (vermutliche Eiszeit)	Homo habilis	<ul style="list-style-type: none"> • „Jäger und Sammler“ • Mehr tierische Produkte • Weiterhin Großteils pflanzliche Nahrung
Vor 1,7 Millionen Jahren	Homo erectus	<ul style="list-style-type: none"> • Die Jagd steht weiterhin im Mittelpunkt
Vor ca. 500.000 Jahren	Frühform Homo sapiens	
Vor ca. 200.000 Jahren	Neandertaler	<ul style="list-style-type: none"> • u. a. Kannibalismus • Aussterben des frühen Homo sapiens vermutlich durch Neandertaler
Von 120.000 - 15.000 v. Chr. (Eiszeit)	Neandertaler/ Homo sapiens sapiens	<ul style="list-style-type: none"> • Hauptsächlich nur Fleisch, da eine Eiszeit herrschte
Vor ca. 17.000 Jahren	Homo sapiens sapiens	<ul style="list-style-type: none"> • Fleischlose Ernährung aufgrund des wärmeren Klimas möglich

Vor ca. 10.000 Jahren (Neolithikum)	Homo sapiens sapiens	<ul style="list-style-type: none"> • Beginn des Ackerbaus • Pflanzliche Ernährung nahm immer mehr zu
In den letzten 100 bis 200 Jahren (Industrialisierung bis heute)	Homo sapiens sapiens	<ul style="list-style-type: none"> • Radikale Veränderung der Ernährungsweise • <u>Industrialisierung:</u> protein- und fettreiche Nahrung; stark bearbeitet; meist tierische Produkte • <u>Bis heute:</u> Entwicklung des Vegetarismus, Veganismus, Flexitarismus

Tabelle 4: Ernährungsgeschichte des Menschen (eigene Darstellung)

Vor ca. 4 Millionen Jahren lebte in Ostafrika der Stamm der „Australopithecus“, welcher als bislang ältester Vorfahre des heutigen Menschen gilt.¹³⁴ Diese Gattung ist vergleichbar mit den heutigen Pavianen und ernährte sich hauptsächlich pflanzlich mit geringer hartfaseriger Kost, was sich aus ihrem Gebiss schließen lässt.¹³⁵ Zudem dürfte der Australopithecus aber auch kleine Mengen an tierischen Produkten verspeist haben. Die Fähigkeit der Anpassung der Ernährung an die Gegebenheiten war vermutlich ausschlaggebend für das Erreichen neuer Lebensräume.¹³⁶

¹³⁴ Vgl. Elmadfa (2020), S. 21.

¹³⁵ Vgl. Hans-Peter Willig (2023): Ernährung des Menschen. Online verfügbar unter https://www.biologie-seite.de/Biologie/Ern%C3%A4hrung_des_Menschen#cite_ref-ElmaLeitz_1-0, o. S.

¹³⁶ Vgl. Elmadfa (2020), S. 21.

Vor etwa 2,5 bis 2 Millionen Jahren kam die Gattung Homo auf.¹³⁷ Eine vermutliche Eiszeit änderte das Leben unserer Vorfahren drastisch. Aus den pflanzenreichen Regenwäldern und Savannen entstanden kalte Steppen und Buschlandschaften.¹³⁸ So wurde die Jagd auf Tiere einfacher und den Schwerpunkten dieser Epoche entsprechend entstand der Begriff des „Jägers und Sammlers“. In der Literatur teilen sich die Meinungen über die Ernährung des ersten Menschen zu dieser Zeit. Wahrscheinlich enthielt das Essen der Homo-Arten einen höheren tierischen Anteil, welcher energie- und nährstoffreich war. Der Großteil der Kost bestand jedoch weiterhin aus pflanzlicher Nahrung. Der Umstieg auf die leicht verwertbare Kost ist erkennbar an dem zierlichen Gebiss dieser Homininen. Die Nahrungsmittel selbst konnten bereits mit Hilfe von Werkzeugen und später auch durch die Verwendung von Feuer neu zubereitet werden. Zugleich entwickelte sich das menschliche Gehirn weiter, was einen höheren Energieumsatz zur Folge hatte, der wiederum eine höhere Energie- und Nährstoffzufuhr verlangte. Es besteht allerdings die Möglichkeit, dass in vom Klima beeinflussten Vegetationsgebieten auf der Welt in unterschiedlichen Breiten gleichzeitig sowohl Menschen lebten, welche sich hauptsächlich von Pflanzen ernährten, als auch Menschen, welche überwiegend Fleisch verzehrten. Sogar innerhalb des gleichen Lebensraumes könnten die Nahrungsmittel je nach Saison gewechselt haben, beispielsweise gab es mehr haltbare energiereiche Samen, Nüsse und Stärkeknollen in Dürrezeiten.¹³⁹

Vor 1,7 Millionen Jahren war die Erde vom Homo erectus, dem aufrechten Menschen besiedelt, dessen Leben immer noch von der Jagd geprägt war. Die ursprünglich dunkle Haut der Menschen wurde aufgrund der kalten und dunklen Zeiten allmählich heller, um mehr UV-Licht durchzulassen und die Produktion des Vitamins D zu erhöhen. Das noch heute im menschlichen Körper vorhandene Unterhautfettgewebe, entstand höchstwahrscheinlich in dieser Epoche, um die Körperwärme aufrecht zu erhalten.¹⁴⁰

Vor etwa 500.000 Jahren kam der Homo sapiens zum Vorschein und bewohnte trotz der starken Klimaschwankungen einen großen Teil der Erde. **Der vor ca. 200.000 Jahren**

¹³⁷ Vgl. Elmadfa (2020), S. 21.

¹³⁸ Vgl. Dahlke, Rüdiger (2018): Richtig essen. Der ganzheitliche Weg zu gesunder Ernährung. München: dotbooks Verlag, o. S.

¹³⁹ Vgl. Elmadfa (2020), 21f.

¹⁴⁰ Vgl. Dahlke (2018), o. S.

lebende Neandertaler leitete vermutlich das Aussterben des Homo sapiens, dabei könnte es über einen langen Zeitraum sogar zu Formen von Kannibalismus gekommen sein.¹⁴¹

Von 120.000 bis etwa 15.000 v. Chr. verlief die letzte Eiszeit. Die Steinzeit ist dem letzten Viertel der Eiszeit zuzuordnen und dauerte ca. von 40.000 bis 10.000 v. Chr. **Vor ca. 17.000 Jahren** wurde das Klima auf der Welt nach und nach wärmer. Bis zu diesem Zeitpunkt dürfte das Leben ohne Fleisch – zumindest in unseren Breitengraden – quasi unmöglich gewesen sein.¹⁴²

Vor ca. 10.000 Jahren kam der Ackerbau im sogenannten Neolithikum auf. Der Anteil an pflanzlicher Ernährung war nun noch höher, vor allem in den letzten Jahrtausenden dieser Epoche. Der Ackerbau war ein bedeutender kultureller Schritt. Dank der Landwirtschaft konnte die Natur optimal genutzt werden, der Mensch wurde unabhängiger und wurde zusehends sesshaft. Auch heute wird aufgrund der evolutionsgemäßen Nahrung eine gemischte, aber überwiegend pflanzliche Kost als natürliche Ernährung des Menschen betrachtet. Manche Bevölkerungsgruppen ernähren sich auch heute noch rein von pflanzlichen Produkten, wie z. B. in der Region Südostasiens. Andere wenige Kleingruppen, wie die Inuit oder die Massai, setzten wiederum lediglich auf tierische Ernährung.¹⁴³

Beim Vergleich der Anatomie des Menschen mit dem Tier, konnte festgestellt werden, dass der Mensch als Pflanzenesser angesehen werden kann. Menschenaffen ernährten sich zwar hauptsächlich von Früchten und auch das menschliche Gebiss lässt darauf schließen, dass der Mensch prinzipiell ein reiner Früchte- und Wurzelessen ist. Wird jedoch die Form des menschlichen Verdauungssystems untersucht, so weist diese auf gemischte Kost hin. Im Gegensatz zu den übrigen Primaten und Säugern weist der menschliche Magen-Darm-Trakt eine Dominanz des Dünndarms auf. Damit in Zusammenhang steht die Verwendung eines qualitativ höherwertigen, nährstoffreichen Essens. Diese Nahrung wird durch verwertbare pflanzliche Elemente und tierische Produkte unterstützt.¹⁴⁴

Der Mensch ist nicht in der Lage Vitamin C zu produzieren, was wiederum auf die weitgehend pflanzenbasierte Ernährung zurückführt, jedoch in der Evolutionsgeschichte

¹⁴¹ Vgl. Dahlke (2018), o. S.

¹⁴² Vgl. Dahlke (2018), o. S.

¹⁴³ Vgl. Elmadfa (2020), S. 22.

¹⁴⁴ Vgl. Elmadfa (2020), S. 22.

kein Nachteil war. Neben dem Menschen sind nur ausschließliche Pflanzenfresser wie Affen, Kaninchen, Meerschweinchen, Flughunde und einige Vogelarten unfähig Vitamin C zu synthetisieren. Scheinbar ist in den Pflanzen genügend Vitamin C vorhanden, weshalb eine Körpereigenproduktion nicht notwendig ist. Ein weiteres Indiz für vorwiegend pflanzliche Ernährung ist das im menschlichen Körper nicht vorhandene Enzym zum Abbau der Harnsäure. In Folge der Harnausscheidung erhöhen sich die Stickstoffverluste mit der Menge des zugeführten Eiweiß (Stickstoff). Unser Stoffwechsel konnte sich über die Jahrhunderte nicht an die hohe Zuführung von Purinen, welche vor allem in tierischen Produkten enthalten sind, anpassen. Die Folge davon waren hohe Blut-Harnsäure-Konzentrationen, woraus die Krankheit „Gicht“ entstand. Zusammenfassend ist der Mensch aber fähig, sich von vielen unterschiedlichen Produkten zu ernähren, was in der Entwicklung einen großen Vorteil hat.¹⁴⁵

In den letzten 100 bis 200 Jahre – von der Industrialisierung bis heute –hat sich die Ernährung radikal verändert.¹⁴⁶ Vorwiegend in Industrieländern wurde von traditionellen Ernährungsformen abgesehen und durch zunehmende sitzende Tätigkeiten und wenig körperlicher Bewegung der Lebensstil der Menschen verändert. Dies wiederum wirkte sich auf den damit verbundenen Energie- und Nährstoffbedarf aus, weshalb einige Menschen heute noch an einem schlechten Verhältnis zwischen Nährstoffbedarf und Nährstoffzuvor leiden.¹⁴⁷ Anstatt kohlenhydratreicher, zunehmend pflanzlicher und unbearbeiteter Produkte mit vielen Ballaststoffen, wurde eine konzentrierte, protein- und fettreiche Nahrung vorgezogen, welche häufig aus tierischen Produkten bestand, stark bearbeitet wurde und geringe Ballaststoffe aufwies. In mehreren Ländern der EU lag der Prozentsatz an der Gesamtenergiezufuhr durch tierische Nahrungsmittel vor 50 Jahren noch zwischen 16-20 %, heute aber werden bereits 23-37 % gemessen. Aus gesundheitlicher Sicht stellt diese drastische Veränderung ein hohes Risiko dar, welches erst im Zuge vieler tausend Generationen durch Anpassung wieder ausgeglichen werden kann.¹⁴⁸

¹⁴⁵ Vgl. Elmadfa (2020), S. 22.

¹⁴⁶ Vgl. Elmadfa (2020), S. 23.

¹⁴⁷ Vgl. Hans-Peter Willig (2023), o. S.

¹⁴⁸ Vgl. Elmadfa (2020), S. 23.

Unterschiedliches Essverhalten mit hauptsächlich pflanzlicher Nahrung haben sich jedoch bis heute durchgesetzt und werden aus diversen Gründen verfolgt, wodurch sich der Vegetarismus entwickelte.¹⁴⁹

Der Vegetarismus ist keine einheitliche Ernährungsform, sondern spaltet sich in diverse Ernährungs- und Lebensweisen, welche einen vegetarischen Ansatz haben.¹⁵⁰ In den vorigen Jahrzehnten setzte sich die Forschung häufiger mit den vegetarischen Ernährungsformen auseinander. Die Anzahl der wissenschaftlichen Artikel dazu und der inkludierte Anteil an biomedizinischen Beiträgen haben sich in den letzten 40 Jahren mehr als vervierfacht. Zudem hat sich das Forschungsinteresse selbst in eine andere Richtung entwickelt. Zuvor wurde der Blick auf die mangelnde Nährstoffversorgung von Vegetariern gelegt, heute liegt das Interesse insbesondere auf dem präventiven und therapeutischen Ansatz vegetarischer Kostformen.¹⁵¹

Die deutschen Bezeichnungen „Vegetarier“, „vegetarisch“ und „Vegetarismus“ sind zurückzuführen auf das englische Wort *vegetarian*, welches bereits 1842 im angelsächsischen Sprachraum vorkam. Das Wort setzt sich zusammen aus *vegetable* und dem Suffix *-arian*. Die Sprachwurzel leitet sich vom lateinischen Begriff *vegetare* = beleben ab.¹⁵² Somit bedeutet das Wort Vegetarismus ursprünglich eine „lebendige“ Form des Seins und der Nahrung, bei der ausschließlich Produkte von lebenden Tieren aufgenommen werden, dazu zählen Milch, Eier und Honig.¹⁵³

Die vegetarischen Ernährungsweisen werden anhand der Lebensmittelauswahl unterteilt. Bei allen Ernährungsweisen zusammen wird aber darauf geachtet, keine Produkte von toten Tieren zu verzehren. So unterscheidet man zwischen folgenden Ernährungsformen:¹⁵⁴

- **Lakto-Ovo-Vegetarier** ernähren sich neben pflanzlichen Nahrungsmitteln auch von Eiern und Milchprodukten
- **Lakto-Vegetarier** essen Milch und Milchprodukte, aber keine Eier

¹⁴⁹ Vgl. Elmadfa (2020), S. 23.

¹⁵⁰ Vgl. Leitzmann, Claus; Keller, Markus (2020): Vegetarische und vegane Ernährung. 4. Aufl. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer, S. 22.

¹⁵¹ Vgl. Elmadfa (2020), S. 741.

¹⁵² Vgl. Leitzmann und Keller (2020), S. 21.

¹⁵³ Vgl. Elmadfa (2020), S. 741.

¹⁵⁴ Vgl. Leitzmann und Keller (2020), S. 22.

- **Ovo-Vegetarier** verspeisen weder Fleisch, Wurst, Fisch noch Milch, aber verzehren Eier
- **Veganer** sind strikt gegen die Nahrungsaufnahme in Form aller tierischen Produkte. Dazu zählen neben Honig für eine Vielzahl der Veganer auch alle Produkte, welche von Tieren stammen bzw. Rohstoffe von Tieren wie beispielsweise Leder, Wolle, Reinigungsmittel mit Molke etc. Eine spezielle Form der Veganer bilden die Rohköstler*innen. Diese meiden zwar dieselben Lebensmittel, zudem aber auch erhitzte Nahrung. Ein geringer Teil der Rohköstler ernährt sich auch von roher tierischer Nahrung, wie Fleisch, Eier oder Insekten, diese sind daher keine Vegetarier.¹⁵⁵

Im Gegensatz zur vorzugsweisen pflanzlichen Ernährung steht die vorzugsweise Ernährung von tierischen Produkten. Diese Form wird aber heute von sehr wenigen Menschen verfolgt. Beispiele dafür wären die Massai, ein Vollnomaden-Volk beheimatet in Ostafrika, deren Hauptnahrungsmittel Kuhmilch mit zugeführtem Rinderblut ist. Zudem setzen auch die Inuit des arktischen Nordens auf die Jagd und den Fischfang und leben daher fast nur von tierischer Nahrung. In den kurzen Sommermonaten kommt eine pflanzliche Ernährung, meist durch Beeren, hinzu. Angesiedelt zwischen diesen beiden Extremen raten Ernährungswissenschaftler*innen zur vollwertigen Mischkost, deren hauptsächlicher Teil sich aus pflanzlichen Nahrungsmitteln zusammenstellen sollte.¹⁵⁶

Die menschlichen Gene spielen laut der Literatur auch eine Rolle bei unserer Nahrungsmittelwahl. Vermutet wird, dass wir unser Erbgut aus vorherigen Zeiten behalten haben und es sich an die unterschiedlichen Phasen angepasst hat, wenn auch langsam. Unsere Gene stimmen bis heute zu 98,5% mit denen der Schimpansen überein, dies veranschaulicht, wie langsam die Entwicklung voranschreitet. Dies bedeutet, dass wir laut unserer Genetik zwar zum Vegetarismus neigen, aber sich unsere Verdauung durch den hohen Verzehr an tierischer Nahrung während der Eiszeit angepasst hat. Die darauffolgende Wiederumstellung auf pflanzliche Kost stellte aber kein Problem dar, da wir uns ursprünglich von dieser ernährten. Zudem beeinflusst uns laut derzeitiger Forschung die Epigenetik, der Einfluss der Lebensumstände, mindestens genauso viel wie die Genetik. In Hinblick auf das Produkt Getreide kann dies Schwierigkeiten verursachen,

¹⁵⁵ Vgl. Elmadfa (2020), S. 741.

¹⁵⁶ Vgl. Elmadfa (2020), o. S.

da es nicht von Beginn an zu unseren Nahrungsmitteln zählte. Seit dem ersten Getreideanbau ist noch zu wenig Zeit verstrichen und unser Körper konnte sich noch nicht ausreichend anpassen. Aus diesem Grund wird vermutet, dass tausende Menschen daher kein Gluten (Kleber im Getreide) vertragen und an Zöliakie leiden. Bei vielen Menschen konnte sich der Darm zwar an den Kleber anpassen, aber nicht ihre Haut und das Nervensystem.¹⁵⁷

Ähnlich ist es mit Milch bzw. Milchprodukten, wir können sie zwar verdauen, aber nicht richtig. Durch das fehlende Enzym Laktase, kann der Milchzucker (Laktose) nicht ausreichend verarbeitet werden. Dies führt oft zu Magen-Darm-Beschwerden.¹⁵⁸ Unter Laktoseintoleranz leiden weltweit ca. 2,3 Milliarden Erwachsene und mehr als 600.000 Jugendliche und Kinder. Milch toleriert ihr Körper gegebenenfalls in Form von Käse, Joghurt und Topfen, da hier die Bakterien den Milchzucker bereits verdaut haben.¹⁵⁹

Abschließend soll bei der artgemäßen Ernährung des Menschen sowohl auf körperliche und biologische Grundlagen als auch auf die einzelnen Lebens- und Arbeitsbedingungen geachtet werden. Mit diesen Vorgaben kann ein entsprechender Ernährungsplan für die richtige Lebensmittelauswahl bzw. Ernährungsweise erstellt werden.¹⁶⁰

4.3 Zukunft der Ernährung

Unsere derzeitigen Essgewohnheiten werden von vielen unterschiedlichen Faktoren gesteuert und beeinflussen unsere gesundheitliche, soziale, ökologische und ökonomische Zukunft. Im Zuge der EssZuk-Studie (Essen der Zukunft) im Auftrag der Heinz Lohmann Stiftung wurden Interviews mit Expert*innen aus der Schweiz, Österreich und Deutschland durchgeführt. Für Österreich konnten somit folgende Kernaussagen getroffen werden:¹⁶¹

Österreichischen Käufer*innen sind über ein paar Ernährungsempfehlungen informiert. Das Prinzip der Lebensmittelpyramide ist den meisten aus der Schule bekannt. Es existiert eine eindeutige Meinung zu einer gesunden und nachhaltigen Ernährung (wichtig ist

¹⁵⁷ Vgl. Dahlke (2018), o. S.

¹⁵⁸ Vgl. Kern, Alexandra (2022): Ernährung der Steinzeit als Vorbild? Online verfügbar unter <https://www.zentrum-der-gesundheit.de/ernaehrung/ernaehrungsformen/weitere-ernaehrungsformen/ernaehrung-steinzeit-ia>, o. S.

¹⁵⁹ Vgl. Dahlke (2018), o. S.

¹⁶⁰ Vgl. Elmadfa (2020), o. S.

¹⁶¹ Vgl. Brombach und Duesing (2021), S. 8.

insbesondere mehr Gemüse und weniger Fleisch zu kaufen). Trotzdem scheitert es oft an der Verwirklichung und Miteinbindung in den Alltag, da dies für viele Leute ein Problem darstellt. Eine finanzielle Anpassung oder eine Angebotsverbesserung wäre laut den österreichischen Konsument*innen eine Möglichkeit um diese Ernährungsweise leichter umsetzen zu können. Als Beispiele werden ein Anheben der Fleischpreise oder das Einführen eines Mindestpreises für regionales Fleisch genannt. Außerdem sollen mehr regionale Produkte und weniger internationale Produkte vertrieben werden. Wären nicht alle Produkte immer vorhanden, würden diese vermutlich höher wertgeschätzt werden. Dies hätte wiederum eine nachhaltigere Ernährung zur Folge. Die Interaktion zwischen Staat, Handel, Produzent*innen und Konsument*innen sollen eine zukunftsfähige Ernährung ermöglichen. Die Grundlagen dafür sollten vom Staat bestimmt werden, Produzent*innen und der Handel sollte für nachhaltige Angebote verantwortlich sein und die Konsument*innen könnten somit individuelle Entscheidungen treffen. Die Maßnahmen sollten mittels unterschiedlicher Kanäle kommuniziert werden, um eine möglichst hohe Personenanzahl aus diversen Schichten ansprechen zu können. Hier soll laut Interview Social Media herangezogen werden, um alle Mitwirkende zu erreichen.¹⁶²

Unser bevorstehendes Essverhalten ist abhängig von diversen Faktoren, welche auf Gegenseitigkeit beruhen. Die Ernährung jedes einzelnen Menschen muss angepasst werden, um eine zukunftsfähige Ernährungsweise gewährleisten zu können. Bereits in unserer Kindheit erlangen wir Erkenntnisse über unsere Lebensmittel, wobei die Meinungsbildung im Familienverband eine zentrale Rolle dafür spielt. Es herrscht ein Zusammenspiel zwischen dem Bewusstsein und der Wertschätzung für Nahrungsmittel. Durch die Mithilfe von Kindern bei der Produktion von Lebensmitteln im eigenen Haus kann die Wertschätzung für Nahrungsmittel unterstützt werden. Für Familien wäre es wichtig Theorie und Praxis beim Thema Ernährung zu verbinden. Ein Vorschlag für die Umsetzung wäre eine Zusammenarbeit zwischen Schulen und Bauernhöfen.¹⁶³

Ernährungstrends

Aus Menschen, welche gerne Fleisch verzehren entstehen sogenannte Flexitarier. Die Regale von Supermärkten sind prall gefüllt mit vegetarischen und veganen

¹⁶² Vgl. Brombach und Duesing (2021), S. 26.

¹⁶³ Vgl. Brombach und Duesing (2021), S. 26.

Nahrungsmitteln. Fast Food Restaurants setzen nicht mehr auf ungesundes Essen sondern auf pflanzlich basiertes. Dies sind alles Anzeichen dafür, dass sich unsere Ernährungsweise verbessert, gesünder und nachhaltiger wird. Das Thema Ernährung konnte sich neben anderen Themen wie dem Krieg in Europa, dem Klimawandel oder den erhöhten Preisen durchsetzen, da jeder einzelne von uns täglich damit konfrontiert wird.¹⁶⁴

Eine ausgewogene Ernährung verbessert nicht nur die eigene Lebensqualität sondern auch die unserer Mitmenschen. Eine bewusste Ernährungsweise fördert die Gesundheit von Kindern und Erwachsenen und macht zudem glücklich. Die Herstellung von biologischen Nahrungsmitteln schützt unsere Umwelt. Insbesondere besteht ein enger Zusammenhang zwischen dem Thema Ernährung und dem Kampf gegen den Klimawandel.¹⁶⁵

Folgend werden die Top 10 Ernährungstrends des Jahres 2023 erläutert:



Abbildung 4: Ernährungstrends 2023 (Nutrion Hub (2023), o. S.)

¹⁶⁴ Vgl. Nutrion Hub (2023): Die Zukunft ist flexitarisch: Die 10 TOP Ernährungstrends 2023. Online verfügbar unter <https://www.nutrition-hub.de/post/trendreport-ernaehrung-10-top-trends-2023>, o. S.

¹⁶⁵ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

1. Gesundheit und Nachhaltigkeit

Eine gesunde Ernährungsweise ist für viele Menschen ausschlaggebend, weshalb Mitwirkende in Nahrungsmittel-Versorgerketten diesen Punkt beachten. Die Unterstützung einer bewussten Ernährung der Bevölkerung sehen vereinzelte Länder sogar als „Staatsache“ an.¹⁶⁶

Der Nachhaltigkeitsgedanke spielt bei der Ernährung eine immer größere Rolle. Die Menschen achten zunehmend darauf, ihren Fleischkonsum zu reduzieren. Außerdem ist für die Konsument*innen die Regional- und Saisonalität der Produkte bei der persönlichen Ernährung bedeutend. Ein weiterer Punkt zum Thema Nachhaltigkeit ist die Vermeidung von Lebensmittelverschwendungen und Verpackungsmüll. Unternehmen setzen aus gesundheitsrelevanten und sozialen Gründen vermehrt auf eine verbesserte Verpflegung ihrer Mitarbeiter*innen. Die Nachhaltigkeit, Transparenz und Regionalität wird auch von den Produzent*innen selbst gefördert. Es werden immer mehr Alternativen zu Fleischprodukten präsentiert, auf Regionalität und kurze Lieferketten bestanden.¹⁶⁷

2. Der Flexitarismus gewinnt die Überhand

In den letzten Jahrzehnten war es nicht außergewöhnlich täglich Fleisch oder Fisch zu essen. Diese Ernährungsweise ist auf Grund des Klimawandels, der Nachhaltigkeit und des Tierwohls für die meisten Menschen nicht mehr vorstellbar. Der komplette Wandel zum Vegetarismus bzw. Veganismus ist jedoch bei einem Großteil der Bevölkerung noch nicht erreicht. Es werden noch beträchtliche Mengen an Fleisch, Fisch oder Meeresfrüchten verspeist. Als Kompromiss wird die pflanzenbasierte – oder flexitarische – Ernährung angesehen. Laura Pernetta von der *Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) Zürich* berichtet, dass sich immer mehr Menschen vegetarisch ernähren, zu besonderen Anlässen aber dennoch Fleisch verzehren.¹⁶⁸

¹⁶⁶ Vgl. Baur, Priska; Schluep, Isabelle; Minsch, Jürg (2017): Trends im Bedürfnisfeld Ernährung. Treiber und Hemmnisse auf dem Weg zu ressourcenleichten Esskulturen. In: NOVANIMAL ,Working Paper No. 1, S. 30.

¹⁶⁷ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁶⁸ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

3. Die Digitalisierung

Der Megatrend Digitalisierung vereinfacht die schnelle Weitergabe von Informationen und Daten. Dies wird u. a. mittels Social Media auch für das Thema Ernährung und Gesundheit genutzt.¹⁶⁹ Vor allem die ältere Generation ist begeistert von Online-Angeboten in der Ernährungsberatung und –therapie, wodurch sie zeitlich und örtlich ungebunden sind. Ernährungsexpert*innen bieten online Vorträge, Workshops, Checks und Beratungen an. Durch die Corona-Pandemie wurde dieser Trend nochmals bestärkt, insbesondere das Smartphone wird heutzutage sehr häufig zur Informationsbeschaffung zum Thema Ernährung verwendet.¹⁷⁰

4. Convenience Food und frisches Essen zum Mitnehmen

Der Alltag der meisten Menschen heutzutage verläuft stressig und es bleibt nicht immer Zeit für aufwendig zubereitete Gerichte. Hierfür bietet Convenience Food und frisches Essen zum Mitnehmen die Lösung. Viele Hersteller haben sich mit den neuen Kundenanforderungen beschäftigt weshalb in Imbissen und Supermärkten nun auch Bowls, Salate, geschnittenes Obst oder Suppen verkauft werden. Zudem wird das Vorkochen verschiedener Gerichte für Büro oder Home-Office immer beliebter.¹⁷¹

5. Individualität und Arbeitswelt

Eine einheitliche Ernährung, welche für alle „am besten“ ist existiert nicht. Jeder Mensch isst aufgrund unterschiedlicher Einflussfaktoren (Genuss, Gesundheit, ethnische Gründe etc.) etwas anderes. Die Individualisierung steht vor allem in starkem Zusammenhang mit der Flexibilisierung der Arbeitswelt.¹⁷² Zu welcher Zeit die Mahlzeit aufgenommen wird ist genauso personen- und faktenbezogen, wie der jeweilige Anstrengungslevel. Die Welt wird immer häufiger von funktionellen Nahrungsmitteln im Zusammenspiel mit digitalen Angeboten geprägt. Apps empfehlen ausgewählte Nahrungsmittel für einen gesunden Körper und Geist.¹⁷³

¹⁶⁹ Vgl. Baur et al. (2017), S. 32.

¹⁷⁰ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁷¹ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁷² Vgl. Baur et al. (2017), S. 31.

¹⁷³ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

6. Die Ernährung und der Darm

Der Darm spielt eine zentrale Rolle für die Gesundheit und das Wohlbefinden eines Menschen. In der Sporternährung sind körperliche Leistungen abhängig vom Zustand des Darms. Billionen von Bakterien, Viren und Pilzen in unserem Körper, welche unsere Verdauung steuert, werden als sogenanntes Mikrobiom bezeichnet. Diesem Mikrobiom wird in der heutigen Gesellschaft hohes Ansehen gewidmet. Käufer*innen wählen Produkte aus, welche ein gesundes Mikrobiom fördern und somit keine Verdauungsbeschwerden verursachen. Insbesondere fermentierte Lebensmittel kommen auf, auch in der Gastronomie. In vereinzelten Sternerestaurants wird an der Fermentation gearbeitet.¹⁷⁴

7. Eine gesunde Ernährung verbessert das Wohlbefinden

Eine nachhaltige und klimafreundliche Ernährungsweise ist eng mit einer gesunden Ernährung verbunden. Darauf achten auch die Konsument*innen. Im Trend sind Super Foods, Strategien für den Gewichtsverlust oder eine komplette Ernährungsanpassung. Außerdem ist das Interesse für das Intervallfasten hoch.¹⁷⁵ Bei dieser Methode wird innerhalb von acht Stunden zwei- bis dreimal am Tag Essen zu sich genommen und anschließend 16 Stunden lang gefastet.¹⁷⁶ Zudem werden auch gesunde Rezepte bevorzugt.¹⁷⁷

8. Bewusste Ernährung sichert die persönlichen Ressourcen

Die Zutaten eines Gerichts sollten präzise ausgesucht und dieses warmherzig gekocht werden. Eine Mahlzeit zu verzehren, braucht Zeit, zudem soll auf den persönlichen Körper eingegangen werden. „Viele Menschen, die mit restriktiven Ernährungsweisen und einer alles verherrlichenden Diätkultur aufgewachsen sind, versuchen das eigene Essverhalten zu hinterfragen.“¹⁷⁸, erzählt die Expertin Julia Wild von der *FH Oberösterreich*. Vor allem

¹⁷⁴ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁷⁵ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁷⁶ Vgl. Bracht, Petra (2019): Intervallfasten. Für ein langes Leben - vegan, schlank und gesund: 8 Stunden Essen, 16 Stunden Fasten. 1. Aufl. München: Gräfe und Unzer, S. 11.

¹⁷⁷ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁷⁸ Nutrion Hub (2023), o. S.

Frauen setzen sich mit diesem Thema immer mehr auseinander. Diese wollen den unzähligen Verboten und Regeln zum Thema Essen entgegenwirken.¹⁷⁹

9. Veganismus

Die vegane Ernährung zählt mittlerweile zu den Megatrends. Laut derzeitiger Studien ist der Veganismus kein Nischenbereich mehr, sondern entwickelt sich immer mehr hin zur Normalität.¹⁸⁰ Das Angebot veganer Kochkurse wird von Hobbyköch*innen sehr gut angenommen um neue Ideen und Rezepte zu finden. Selbst klassische Fleischmahlzeiten wie beispielsweise die Kohlroulade können heutzutage vegan gekocht werden. Hersteller und der Handel unterstützen die Anforderungen der veganen Bevölkerung. In Supermärkten gibt es beispielsweise diverse vegane Angebote für Käse- oder Fleischersatz.¹⁸¹

10. Alkoholfreie Biere und Weine

„Meine Definition von Glück? Keine Termine und leicht einen sitzen.“¹⁸², diese Aussage trifft der Berliner Entertainer Harald Juhnke, doch dies unterstützen nicht mehr alle Menschen. Der Beliebtheitsgrad für alkoholfreie Biere, Weine und Schnäpse steigt. Vor allem bei der jüngeren Generation.¹⁸³ Laut einer Studie in England trinken immer weniger Jugendliche Alkohol,¹⁸⁴ auch in Schweden stieg die Anzahl der jungen Erwachsenen, welche keinen Alkohol zu sich nehmen über die letzten Jahre.¹⁸⁵ Zudem sehen aber auch immer mehr ältere Menschen Alkohol als gesundheitsschädigend an. Deshalb werden im Handel schon über einen längeren Zeitraum alkoholfreie Biere und Weine angeboten, welche den Umsatz steigern. In der Forschung wird versucht, Obstsafte mit Hopfen zu

¹⁷⁹ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁸⁰ Vgl. Saari et al. (2021), S. 162.

¹⁸¹ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁸² Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁸³ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁸⁴ Vgl. Ng Fat, Linda; Shelton, Nicola; Cable, Noriko (2018): Investigating the growing trend of non-drinking among young people; analysis of repeated cross-sectional surveys in England 2005-2015. In: *BMC public health*, Vol. 18 (Nr. 1), S. 1.

¹⁸⁵ Vgl. Svensson, Johan; Andersson, Dan-Erik (2016): What Role Do Changes in the Demographic Composition Play in the Declining Trends in Alcohol Consumption and the Increase of Non-drinkers Among Swedish Youth? A Time-series Analysis of Trends in Non-drinking and Region of Origin 1971-2012. In: *Alcohol and alcoholism (Oxford, Oxfordshire)*, Vol. 51 (Nr. 2), S. 172.

kombinieren oder mithilfe von Fermentierung geschmackvolle Alkoholersatzprodukte zu kreieren.¹⁸⁶

4.4 Zwischenfazit

In diesem Kapitel wurden umfassende Beiträge zum Thema Ernährung dargelegt. Für die menschliche Gesundheit und Entwicklung ist die richtige Ernährung von großer Bedeutung. Dies vermeidet Krankheiten und erhöht die Lebenserwartung.¹⁸⁷

Der Begriff Ernährungswissenschaften kann wie folgt definiert werden:

„Das Studium der Nahrung in Beziehung zum Menschen“¹⁸⁸

„Das Studium des Menschen in Beziehung zur Nahrung.“¹⁸⁹

Das Wissen über die Ernährung des Menschen umfasst ein sehr großes Fachgebiet. Ernährungswissenschaftler*innen müssen nicht nur Können in ihrem eigenen Spezialgebiet beweisen, sondern sich auch in Bereichen wie Wirtschafts-, Sozial- und Lebensmittel-Naturwissenschaften sowie der Soziologie und Psychologie auskennen.¹⁹⁰

Der Menschheit ist in der Lage sich von vielen unterschiedlichen Produkten zu ernähren. Dies weist darauf hin, dass sich der Mensch seit seinem Ursprung an die vorkommenden Nahrungsmittel auf der Erde angepasst hat.¹⁹¹ Anfangs, vor ca. 4 Millionen Jahren lag eine pflanzenbasierte Ernährung vor.¹⁹² Mit der Eiszeit (vor ca. 2,5 bis 2 Millionen Jahren) begann die Jagd auf Tiere.¹⁹³ Bis zur letzten Eiszeit, vor ca. 120.000 bis 15.000 v. Chr. war ein Überleben ohne Fleischkonsum beinahe unmöglich.¹⁹⁴ Erst mit dem Ackerbau vor ca. 10.000 Jahren wurde die pflanzliche Ernährung wieder höher. In den letzten 100 bis 200 Jahren hat sich unsere Ernährung drastisch verändert.¹⁹⁵ Vor allem in den Industrieländern

¹⁸⁶ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

¹⁸⁷ Vgl World Health Organization (2023): Nutrition. Online verfügbar unter https://www.who.int/health-topics/nutrition#tab=tab_1, o. S.

¹⁸⁸ Elmadfa (2020), S. 19.

¹⁸⁹ Elmadfa (2020), S. 19.

¹⁹⁰ Vgl. Elmadfa (2020), 19ff.

¹⁹¹ Vgl. Elmadfa (2020), S. 21. 21.

¹⁹² Vgl. Hans-Peter Willig (2023), o. S.

¹⁹³ Vgl. Elmadfa (2020), S. 21.

¹⁹⁴ Vgl. Dahlke (2018), o. S.

¹⁹⁵ Vgl. Elmadfa (2020), 22f.

wurde auf fettreiche Nahrung aus tierischen Produkten gesetzt.¹⁹⁶ Im Gegensatz dazu entwickelte sich aber auch der Vegetarismus bzw. der Veganismus.¹⁹⁷

Unsere heutigen Essgewohnheiten werden von vielen unterschiedlichen Faktoren beeinflusst, welche sich auf unsere gesundheitliche, soziale, ökologische und ökonomische Zukunft auswirken. Laut der EssZuk-Studie ist den Österreicher*innen eine gesunde, nachhaltige und regionale Ernährung wichtig, jedoch ist dies im Alltag nicht immer umsetzbar.¹⁹⁸

Die Top 10 Ernährungstrends des Jahres 2023 sind folgende:¹⁹⁹

1. Gesundheit und Nachhaltigkeit
2. Der Flexitarismus gewinnt die Überhand
3. Die Digitalisierung
4. Convenience Food und frisches Essen zum Mitnehmen
5. Individualität und Anpassung an die Arbeitswelt
6. Die Ernährung und der Darm
7. Eine gesunde Ernährung verbessert das Wohlbefinden
8. Bewusste Ernährung sichert die persönlichen Ressourcen
9. Veganismus
10. Alkoholfreie Biere und Weine

¹⁹⁶ Vgl. Hans-Peter Willig (2023), o. S.

¹⁹⁷ Vgl. Elmadfa (2020), S. 741.

¹⁹⁸ Vgl. Brombach und Duesing (2021), S. 8ff.

¹⁹⁹ Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

5 Verpflegungsangebot Sportveranstaltungen

Im letzten Kapitel des theoretischen Teils dieser Masterarbeit wird das Verpflegungsangebot auf Sportveranstaltungen beschrieben. Zuerst wird alles rund um Speisen und Getränke auf einem Sportevent erläutert. In Folge dessen auf die Esstypen Vegetarier, Veganer und Flexitarier eingegangen. In einem weiteren Subkapitel wird das wichtige Thema Nachhaltigkeit und Umwelt behandelt. Zum Schluss wird das Prinzip von FAIRTRADE Österreich erklärt.

5.1 Speisen und Getränke

Sportveranstaltungen sind interessant und werden zumeist von den Besucher*innen begeistert mitgetragen, ob es sich um einen Neujahrslauf, einen internationalen Marathonlauf, oder ein Leichtathletikevent etc. handelt. Unabhängig von der Größe der Veranstaltung darf auf die dazu passende Verpflegung der Besucher*innen nicht verzichtet werden.²⁰⁰ Das Catering bietet den Gästen einerseits Speisen und Getränke, andererseits zählt es oft auch als Höhepunkt des Events. Die Inszenierung des Verpflegungsangebotes bleibt den Besucher*innen auch nach der Veranstaltung noch in Erinnerung. Neben dem Hauptprogramm werden in der Pause oft neue Beziehungen aufgebaut, welche Unterhaltung und Freunde mit anderen Menschen ermöglicht.²⁰¹

Die Ansprüche an die Caterer werden immer höher. Die Besucher*innen erwarten sich auch bei Sportevents wie beispielsweise dem Vienna City Marathon und weiteren Events eine große Auswahl an Speisen. Vegetarier, Veganer und Allergiker müssen auch beim Catering von Sportveranstaltungen miteinbezogen werden. Um alle Gäste zufriedenzustellen muss im Vorhinein eine ausreichende Planung und Vorbereitung stattfinden.²⁰²

Der Caterer hat das Ziel, ein eindeutiges Profil seiner Auswahl zu schaffen. Das Angebot zieht sich von traditionell über international bzw. regional bis hin zur höchsten Qualität. Stehen möglichst umfangreiche, inhaltsbezogene Vorgaben zur Veranstaltung zur

²⁰⁰ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

²⁰¹ Vgl. Hoffmann-Wagner, Kerstin; Jostes, Gudrun (Hg.) (2021): Barrierefreie Events. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 79.

²⁰² Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

Verfügung, kann es dem Caterer gelingen das beste Angebot für die Gäste zu entwickeln. Zu diesen Informationen gehören beispielsweise der Grund des Events, die Besucherzielgruppe, das Geschlecht, der Altersdurchschnitt der Besucher*innen, religiöse Bedingungen etc. Je mehr Einzelheiten in Erfahrung gebracht werden können, desto spezifischer kann das Verpflegungsangebot erstellt werden.²⁰³

Das Catering weist verschiedene Formen auf, welche stets im Einklang mit der Veranstaltung sein müssen um eine passende Inszenierung zu gewährleisten. Bei Events mit limitierter Teilnehmeranzahl können die angebotenen Speisen als Buffetvariation, als festgelegtes Dinner mit den jeweiligen Gängen, oder als Show Cooking präsentiert werden.²⁰⁴

Bei Sportveranstaltungen kann aber nicht immer genau bestimmt werden, wie hoch die Anzahl der Besucher*innen sein wird bzw. welche Speisen präferiert werden. Im Gegensatz zu geschlossenen Events richtet sich das Verpflegungsangebot bei Sportveranstaltungen nach deren Größe. Es existieren unterschiedliche Möglichkeiten. Bei verschiedenen Essens- bzw. Getränkeständen können sowohl Sportler*innen als auch Besucher*innen diverse Köstlichkeiten erwerben. Die zwei folgenden, näher beleuchteten Catering-Formen sind ebenso passend für Sportevents, allerdings werden sie (noch) nicht sehr oft verwendet.²⁰⁵

Barbecue-Catering

Hier steht der Smoker bzw. der Grill im Mittelpunkt. Es bietet sich die Möglichkeit eines Grill-Trucks oder eines großen Standgrillers. Das Grillen zählt zu einer willkommenen Art der Essenszubereitung im deutschsprachigen Raum. Besonders Würstchen, Bratwürste und Steaks erfreuen sich großer Beliebtheit.²⁰⁶

²⁰³ Vgl. Hettler und Luppold (2019), S. 7.

²⁰⁴ Vgl. Schenk (2018), S. 196.

²⁰⁵ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

²⁰⁶ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

Foodtruck-Catering

Durch Foodtrucks ist die für die Besucher*innen leicht erkennbare Vielfalt bei einem Event gegeben. Foodtrucks sind leicht mit der Veranstaltungsgröße vereinbar, da je nach Besucheranzahl die Anzahl der Trucks festgelegt werden kann. Zudem ist ein breites Angebot an verschiedenen Speisen garantiert.²⁰⁷

Im Internet können verschiedenste Foodtrucks gefunden und gemietet werden. Bei der Wahl der Trucks muss die Zielgruppe beachtet werden, welche verpflegt werden soll. Sind beispielsweise viele Kinder auf der Veranstaltung anwesend, eignet sich ein Foodtruck, welcher seinen Schwerpunkt auf Kinder gelegt hat – sowohl Speisen und Getränke betreffend als auch der äußerlichen Optik. Zudem soll neben den traditionellen Speisen auch auf Vegetarier und Veganer geachtet werden.²⁰⁸

Zudem vermittelt das Getränkeangebot auf einem Event den Besucher*innen einen dem Anlass entsprechenden ersten Eindruck. Das Angebot von alkoholischen und alkoholfreien Getränken sollte ausgeglichen sein. Außerdem sollten alle Getränke mit der richtigen Temperatur serviert werden. Heißgetränke mit hoher Temperatur, Kaltgetränke müssen bereits vor dem Event vorgekühlt werden. Meist ist die Vorbereitungszeit direkt bei der Event-Location aufgrund von Kosteneinsparungen ziemlich kurz, daher sollten eine hohe Anzahl an Flaschen in gefüllten Kühltruhen oder Kühlschränken für die entsprechende Temperatur grundsätzlich 24 Stunden gekühlt werden. Warme Getränke müssen derselben Qualität entsprechen wie heiße Getränke, deshalb sollten hier geeignete Geräte und eine hohe Wasserqualität vorausgesetzt werden. Oberste Priorität für jede Veranstaltung ist, dass Getränke und Speisen zusammen harmonieren.²⁰⁹

Es wird empfohlen nachhaltige Getränke auf einem Event anzubieten.²¹⁰ Getränke sollten in wiederverwendbaren Gebinden gefüllt und angeboten werden. Dies produziert keinen Müll und vermeidet den Verbrauch von Rohstoffen und Energie für die Erzeugung neuer Gebinde.²¹¹

²⁰⁷ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

²⁰⁸ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

²⁰⁹ Vgl. Hettler und Luppold (2019), S. 8.

²¹⁰ Vgl. Müller (2022), o. S.

²¹¹ Vgl. Die Umweltberatung (2009): Tipps und Angebote für abfallarme Veranstaltungen in Wien. Wien: Wiener Umweltschutz Abteilung, S. 4.

Bio-Getränke werden aus Produkten einer biologischen Landwirtschaft hergestellt und eignen sich gut für nachhaltige Events. Die Getränke sollten zudem aus der Region stammen, da dies die regionale Wirtschaft ankurbelt und lange Transportwege verhindert.²¹²

In Österreich bietet sich als Getränk stets Leitungswasser an.²¹³ Dieses wird von Besucher*innen immer mehr geschätzt und anerkannt.²¹⁴ Laut einer Umfrage in Österreich im Jahr 2016 kaufen 87 Prozent der Teilnehmer*innen mindestens einmal pro Woche Leitungswasser. 94 Prozent der Befragten trinken regelmäßig Leitungswasser.²¹⁵ Wasser ist kalorienarm, preisgünstig und in Österreich in sehr guter Qualität vorhanden. Außerdem kann aus Leitungswasser Sodawasser erzeugt werden, welches oft mit Wein oder Saft gemischt wird. In der Gastronomie ist Sodawasser als Container-Ware erhältlich und wird mittels einer Schankanlage ausgeteilt.²¹⁶

In der Gastronomie wird überdies häufig Mineralwasser in verschiedenen Mehrwegflaschen und Größen angeboten.²¹⁷ Ein Österreicher konsumiert jährlich ca. 84 Liter Mineralwasser. Im Jahr 2021 wurden über 662 Millionen Liter Mineralwasser in Österreich abgesetzt. Die Beliebtheit für kohlesäurearmes oder -freies Wasser steigt, dennoch überwiegt stark kohlensäurehaltiges Wasser mit 56 Prozent am Getränkemarkt. Die Marke Römerquelle zählt zur beliebtesten in Österreich, sowohl im Einzelhandel als auch in der Gastronomie. 38 Prozent der österreichischen Bevölkerung gebe an, Mineralwasser von Römerquelle zu trinken. Dicht gefolgt davon mit 32 Prozent ist die Marke Vöslauer. An dritter Stelle steht mit 19 Prozent der Mineralwassererzeuger Waldquelle.²¹⁸

²¹² Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 4.

²¹³ Vgl. Müller (2022), o. S.

²¹⁴ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 7.

²¹⁵ Vgl. Statista GmbH (2022c): Konsumhäufigkeit ausgewählter Getränke in Österreich 2016. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/1066232/umfrage/konsumhaeufigkeit-ausgewaehler-getraenke-in-oesterreich/>, o. S.

²¹⁶ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 7.

²¹⁷ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 8.

²¹⁸ Vgl. Statista GmbH (2023e): Pro-Kopf-Konsum von Mineralwasser in Österreich in den Jahren 1970 bis 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287196/umfrage/pro-kopf-verbrauch-von-mineralwasser-in-oesterreich/>, o. S.

In Summe wurden im Jahr 2022 in Österreich 1.775.200 Hektoliter Fruchtsäfte verkauft. Dies beinhaltet Säfte, Nektar, Fruchtsaftgetränke und gespritzte Fruchtsäfte.²¹⁹ Zu den beliebtesten Säften in Österreich zählen Apfel- und Orangensaft.²²⁰ Im Jahr 2022 lag Orangensaft auf dem ersten Platz. Es wurden 353.988 Hektoliter konsumiert.²²¹ Dennoch sind auch exotische Fruchtsäfte immer öfter erwünscht.²²² Die beliebteste Marke bei Fruchtsäften ist derzeit Pago. Im Jahr 2022 gaben 22 Prozent der Österreicher ab 14 Jahren an, häufig oder manchmal Frucht- bzw. Vitaminsäfte der Marke Pago zu trinken. Platz 2 erreichte die Marke Hohes C, gefolgt von Rauch Happy Day auf Platz 3. Die Marke Rauch Happy Day erzielte außerdem die höchste Käuferreichweite, der Umsatz lag 2021 bei 1,15 Milliarden Euro.²²³

Für die Gastronomie werden extra Fruchtsäfte in Mehrwegverpackungen hergestellt und auch in Form von Sirupen für Schankanlagen zur Verfügung gestellt. Wiederverwendbare Glasflaschen sind vor allem bei Indoor-Events sehr willkommen.²²⁴

Außerdem verkaufen viele Fruchtsafthändler ihre Produkte auch in Bio-Qualität bzw. mit FAIRTRADE Gütesiegel. Die Früchte stammen somit aus biologischer und gentechnikfreier Landwirtschaft, in der Pestizide und synthetisches Düngemittel vermieden werden. FAIRTRADE stellt die richtigen Löhne für Bauern aus Entwicklungsländern sicher, untersagt Kinderarbeit und Gentechnik.²²⁵

Im Land Österreich bieten einige Bauernhöfe direkt Fruchtsäfte an. Diese konzentrieren sich auf die Veredelung ihrer Früchte, um Saft herstellen zu können. Die Bekanntesten sind Apfel-, Birnen-, Trauben-, Holler- und Johannisbeersaft.²²⁶

²¹⁹ Vgl. Statista GmbH (2023a): Absatz von Fruchtsaft in Österreich bis 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287159/umfrage/absatz-von-fruchtsaft-in-oesterreich/>, o. S.

²²⁰ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 8.

²²¹ Vgl. Statista GmbH (2023b): Absatz von Fruchtsaft in Österreich nach Art 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287161/umfrage/absatz-von-fruchtsaft-in-oesterreich-nach-sorten/>, o. S.

²²² Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 8.

²²³ Vgl. Statista GmbH (2022b): Beliebteste Marken im Bereich Fruchtsäfte und Vitaminsäfte in Österreich 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/630190/umfrage/beliebteste-marken-im-bereich-fruchtsaefte-und-vitaminsaefte-in-oesterreich/>, o. S.

²²⁴ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 8.

²²⁵ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 9.

²²⁶ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 9.

Auf einer Veranstaltung werden zudem diverse Limonaden konsumiert. Für die Gastronomie sind diese Getränke in Mehrweg-Großgebinden und Kleingebinden erhältlich.²²⁷ Cola ist laut Statistik das attraktivste Getränk in jeder Altersgruppe in Österreich. Sowohl bei Männern als auch bei Frauen erreicht es Platz 1., wobei der Beliebtheitsgrad bei Männern nochmals höher ist. Platz 2 wird von Almdudler belegt. Die österreichische Marke Rauch gewinnt beim Ranking der beliebtesten Eisteemarken in Österreich. Red Bull erlangt den Sieg bei den Energydrinks, es hat die größte Bekanntheit und Beliebtheit. Das Unternehmen Red Bull ist eines der effektivsten Unternehmen Österreichs und einer der umfangreisten Getränkehersteller weltweit. Außerdem bietet es unzähligen Sportveranstaltungen bzw. Sportmannschaften finanzielle Unterstützung. Energydrinks werden insbesondere von jüngeren Personen getrunken. Gesamt wurden im Jahr 2022 7,9 Millionen Hektoliter Limonade in Österreich konsumiert.²²⁸

Österreich ist bekannt für seine diversen Weine, dabei reicht die Spannweite vom simplen Schankwein bis hin zum außergewöhnlichen Premiumwein.²²⁹ Im Zeitraum 2021/22 wurde pro Person in Österreich durchschnittlich 26,4 Liter Wein getrunken. Der Weinkonsum verringert sich im Hinblick auf die letzten Jahre leicht – die Bevölkerung gibt mehr Acht auf ihre Gesundheit und Verkehrskontrollen nehmen zu. Niederösterreich besitzt ca. 26 Millionen ha Rebfläche, dahinter Burgenland, Steiermark und Wien. 2,46 Millionen Hektoliter Wein wurden 2021/22 in Österreich hergestellt.²³⁰

Aus ökologischer Sicht ist bei Events Wein in Mehrwegflaschen von Vorteil. Für Groß-Veranstaltungen eignet sich Wein abgefüllt in Containern, welcher über eine Zapfanlage ausgeschenkt werden kann. Einen besonderen Stellenwert nehmen dabei die österreichischen Weine ein, die aufgrund ihrer hohen Qualität stets internationale Auszeichnungen erhalten.²³¹ Auch im Export erbringen österreichische Weine eine hohe Wertschöpfung: Weine im Wert von 231 Millionen Euro wurden im Jahr 2022 in das

²²⁷ Vgl. Die Umweltberatung 2009, S. 9.

²²⁸ Vgl. Statista GmbH (2023c): Absatz von Limonade in Österreich nach Sorten von 2005 bis 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287239/umfrage/absatzverteilung-von-limonade-in-oesterreich-nach-sorten/#statisticContainer>, o. S.

²²⁹ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 9.

²³⁰ Vgl. Statista GmbH (2023f): Pro-Kopf-Konsum von Wein in Österreich bis 2021/22. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287274/umfrage/pro-kopf-konsum-von-wein-in-oesterreich/>, o. S.

²³¹ Vgl. Die Umweltberatung (2009), 9f.

Ausland verkauft.²³² Insbesondere beliebt sind die Sorten Zweigelt, Welschriesling oder Grüner Veltliner.²³³

Bio-Winzer punkten mit ihren exklusiven Weinen. Der Bioweinbau ist in der EU-Verordnung 2092/91 geregelt und stellt sicher, dass Bioweine tatsächlich biologisch erzeugt werden. Chemische Dünge- und Schädlingsbekämpfungsmittel sind untersagt. Pflanzenschutzmittel wie Kupfer und Schwefel sind nur in geringen Mengen erlaubt. Laut einer Studie enthalten Bio-Weintrauben um ein Viertel mehr wertvolle Phenole als herkömmliche Weintrauben.²³⁴

Ein weiteres gängiges Getränk auf Events ist Bier.²³⁵ Bier ist ein in Österreich gesellschaftspolitisch weitgehend akzeptiertes alkoholisches Getränk und wird bevorzugt in geselligen Runden konsumiert. Über 50 Prozent der Österreicher*innen trinkt regelmäßig Bier. Der Pro-Kopf-Konsum von Bier in Österreich lag im Jahr 2022 durchschnittlich bei 101,9 Litern. Die Heineken-Tochter Brau Union umfasst mit ihren Marken Gösser, Zipfer, Kaiser, Puntigamer, Schwechater, Wieselburger, Schladminger und Edelweiss den höchsten Anteil am Markt. Am meisten konsumiert wurden auch während der Pandemie Lager- und Märzenbiere, der Marktanteil lag bei 64,1 Prozent.²³⁶ Außerdem werden auch Bio-Biere verkauft – Hopfen und Malz werden biologisch angebaut, wobei keine Pestizide und synthetische Düngemittel verwendet werden.²³⁷

In der Gastronomie wird Bier hauptsächlich in Mehrweggebinde angeboten. Zudem werden auch Großgebinde wie Fässer, Container oder Tanks zwischen 20 und 1000 Liter genutzt. Kleingebinde sind in 0,5 Liter oder 0,33 Liter Glasflaschen erhältlich.²³⁸

²³² Vgl. Statista GmbH (2023f), o. S.

²³³ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 10.

²³⁴ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 10.

²³⁵ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 10.

²³⁶ Vgl. Statista GmbH (2023d): Pro-Kopf-Konsum von Bier in Österreich bis 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.flstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/285719/umfrage/pro-kopf-konsum-von-bier-in-oesterreich/>, o. S.

²³⁷ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 10.

²³⁸ Vgl. Die Umweltberatung (2009), S. 10.

5.2 Vegetarisch, vegan und flexitarisch

Der Verzehr von tierischen Produkten hat einen negativen Einfluss auf unser Klima und steht oft im Zusammenhang mit Tierleid.²³⁹ Die Anzahl der Vegetarier bzw. Veganer steigt in Österreich immer weiter an. Elf Prozent der Österreicher*innen greifen ausschließlich zu vegetarischen bzw. veganen Produkten.²⁴⁰ Im Jahr 2017 verfolgten 23,4% der Männer und 76,6% der Frauen eine vegetarische bzw. vegane Ernährungsweise.²⁴¹

Viele Menschen ernähren sich aufgrund des gesundheitlichen Aspektes vegetarisch oder vegan.²⁴² Mehrere Studien zeigen, dass die Aufnahme von zu viel Fleisch bzw. tierischen Produkten schlechte Auswirkungen auf die Gesundheit haben kann. Die Versorgung mit Fleisch kann zu Übergewicht, Bluthochdruck, Diabetes und Gallen- bzw. Nierensteinen führen. Vegetarier bzw. Veganer sind von diesen und weiteren Krankheiten weniger betroffen. In der Literatur existieren verschiedene Meinungen zur vegetarischen bzw. veganen Ernährungsweise in Zusammenhang mit dem menschlichen Gesundheitszustand. Diverse Studien weisen darauf hin, dass der Vegetarismus bzw. Veganismus durchaus positive psychologische und gesundheitliche Auswirkungen haben kann.²⁴³

Zudem verzichten einige Menschen aus ökologischen Gründen auf Fleisch. Die notwendige Tierhaltung bewirkt einen hohen Bedarf an Land, Energie und Wasser.²⁴⁴ Dies hat Auswirkungen auf unser Klima, durch die vegane Ernährung wollen die Menschen ihren CO₂-Fußabdruck verkleinern.²⁴⁵ Zusätzlich müssen viele Regenwälder abgeholt werden, um Flächen für Tierfutter und Viehzucht schaffen zu können. Außerdem wird das Trinkwasser durch die Ausscheidungen des Viehs sowie Pestizide, Herbizide und Medikamente, welche in Futtermitteln enthalten sind, verschmutzt. Die derzeitige Massentierhaltung hat einen bedenklichen Einfluss auf das Klima. Laut Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) veranlasst die Nutztierhaltung 18 Prozent der weltweit durch den Menschen verursachten Treibhausgasemissionen.²⁴⁶

²³⁹ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁴⁰ Vgl. Die Umweltberatung (2023b), o. S.

²⁴¹ Vgl. Statista GmbH (2022d), o. S.

²⁴² Vgl. Saari et al. (2021), S. 162.

²⁴³ Vgl. Ach, Johann S.; Borchers, Dagmar (2018): Handbuch Tierethik. Grundlagen - Kontexte - Perspektiven. Berlin: J.B. Metzler., o. S.

²⁴⁴ Vgl. Ach und Borchers (2018), o. S.

²⁴⁵ Vgl. Saari et al. (2021), S. 162.

²⁴⁶ Vgl. Ach und Borchers (2018), o. S.

Hinsichtlich der globalen Ernährung ist der enorme Verzehr von Fleisch bei einer stetig größer werdenden Weltbevölkerung nicht zielführend und steuert zu einer Ausweitung des Welthungers bei.²⁴⁷ In vielen europäischen Städten empfehlen nationale Gesundheitsorganisationen eine pflanzenbasierte Ernährung, um den Gesundheitszustand der Bevölkerung zu verbessern und dem Klimawandel entgegen zu wirken.²⁴⁸ Die Produktion von Fleisch mittels pflanzlicher Nahrungsmittel hat negative Effekte: Wenn Getreide und Soja nicht direkt vom Menschen sondern vom Tier aufgenommen werden sind sie folglich nur im Fleisch enthalten und es können nur ca. 10 Prozent der Kalorien beibehalten werden. Anbauflächen und weitere erforderliche Mittel sind nur beschränkt vorhanden, daher kann die zukünftige Ernährung von tierischen Produkten für die gesamte wachsende Weltbevölkerung nicht sichergestellt werden.²⁴⁹

Neben Vegetariern und Veganern existiert heutzutage noch die Gruppe der Flexitarieren (eine Wortzusammensetzung aus „flexibel“ und „Vegetarier“). Flexitarier verringern zwar ihren Fleischkonsum, verzichten aber dennoch nicht ganz auf Fleisch.²⁵⁰ Dieser Trend scheint weiterhin bestehen zu bleiben. Laut einer Studie kann der Flexitarismus gesundheitliche Vorteile bieten. Dazu zählen z. B. der Gewichtsverlust, ein besserer Stoffwechsel und die Vorbeugung gegen Diabetes.²⁵¹

Deshalb sollten diese Ernährungsweisen auch bei der Eventverpflegung berücksichtigt werden. Zudem schätzen alle Besucher*innen eine fantasievolle vegetarische Küche. Dies bietet eine Abwechslung zu Pommes und Käse. Von traditionellen österreichischen bis hin zu asiatischen Speisen ist immer die Möglichkeit für bemerkenswerte und zugleich schmackhafte vegetarische und vegane Gerichte gegeben. Österreichische Köstlichkeiten wie Krautfleckerl, Bohnenstrudel oder Erdäpfelgulasch sowie internationales Essen wie Gemüsecurry, Woknudeln, Pilzrisotto etc. können präsentiert werden.²⁵²

²⁴⁷ Vgl. Ach und Borchers (2018), o. S.

²⁴⁸ Vgl. Saari et al. (2021), S. 162.

²⁴⁹ Vgl. Ach und Borchers (2018), o. S.

²⁵⁰ Vgl. Rosenfeld et al. (2020), S. 406.

²⁵¹ Vgl. Derbyshire (2017), S. 6.

²⁵² Vgl. Die Umweltberatung (2023b), o. S.

5.3 Nachhaltigkeit und Umwelt

Ein essentielles Thema unseres heutigen Zeitalters ist die Nachhaltigkeit.²⁵³ Die Konsument*innen spielen in Bezug auf Nachhaltigkeit eine entscheidende Rolle.²⁵⁴ Das öffentliche Interesse am Thema Nachhaltigkeit hat zwar zugenommen, dies spiegelt sich aber häufig nicht in der Lebensmittelauswahl der Menschen nieder.²⁵⁵ Als Gründe dafür werden beispielsweise die Preise und die früheren Konsumgewohnheiten der Verbraucher*innen genannt.²⁵⁶ Daher sollten nachhaltige Lebensmittel mehr gefördert bzw. beworben werden.²⁵⁷

Dazu stellt sich die Frage, welche Richtung und Ziele die Bevölkerung und ihre Organisationen zukünftig verfolgen? Auf jeden Fall sollte diese Bewegung weltweit stattfinden und in Hinblick auf neue Generationen entwickelt werden,²⁵⁸ denn die Generationen Y und Z sind derzeit beim Thema Nachhaltigkeit weitaus aufgeschlossener als die Generation 50+.²⁵⁹ Somit könnte das Fehlen begrenzter, natürlicher Ressourcen und eine soziale bzw. ökonomische Ungleichheit vermieden werden.²⁶⁰

Bei der Verpflegung der Besucher*innen einer Sportveranstaltung spielt die Nachhaltigkeit deshalb eine zentrale Rolle. Auf die Umwelt wird immer mehr geachtet und insbesondere Sportveranstaltungen werden von vielen Menschen besucht. Caterer sollten beispielsweise Mehrwegbesteck und –geschirr verwenden. Zudem bieten Getränke gelagert in Fässern, welche in Pfandbecher ausgeschenkt werden und Pfandflaschen einen Vorteil, denn somit wird weniger Müll produziert. Dabei müssen die benötigten Ressourcen und das erforderliche Personal für die Reinigung vorab genau berechnet werden, um der Besucheranzahl gerecht zu werden. Außerdem sollen vorwiegend regionale Mahlzeiten angeboten werden, um die Lieferwege und -kosten so gering wie möglich zu halten. Zudem sollten sich alle Beteiligten an die vorgegebene Mülltrennung halten.²⁶¹

²⁵³ Vgl. Myers et al. (2013), S. 18753.

²⁵⁴ Vgl. Vittersø und Tangeland (2015), 91ff.

²⁵⁵ Vgl. Verain et al. (2012), 123ff.

²⁵⁶ Vgl. Graça et al. (2019), S. 380ff.

²⁵⁷ Vgl. Wu et al. (2023), S. 11.

²⁵⁸ Vgl. Bernhart (2012), S. 7.

²⁵⁹ Vgl. Zukunftsinstitut GmbH (2023a), o. S.

²⁶⁰ Vgl. Bernhart, Josef (2012): Management der Nachhaltigkeit von Gemeinden. Bozen: Eurac Research, S.

7.

²⁶¹ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

Um die Umwelt zu schonen wird heute auf die sogenannten ÖkoEvents gesetzt. Folgend werden die wichtigsten Punkte zum Thema Verpflegung bei ÖkoEvents grafisch dargestellt und anschließend genau erläutert:²⁶²

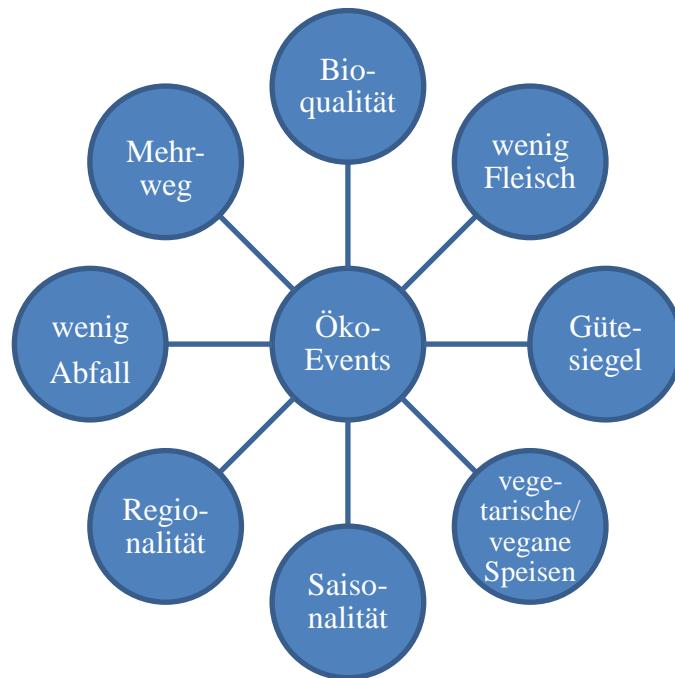


Abbildung 5: Wichtigsten Punkte bei ÖkoEvents (eigene Darstellung)

Lebensmittel in Bioqualität

Den Besucher*innen der Veranstaltung sollten „Bio – Speisen“ angeboten werden. Dazu sollte ein Gastronomiebetrieb gewählt werden, welcher bereits Bioprodukte erwirbt oder biozertifiziert ist. Wenigstens einige Produkte oder im besten Fall alle Produkte sollten aus biologischer Landwirtschaft stammen. Beispiele dafür wären Getränke wie Säfte, Wein oder Bier bzw. vereinzelte Zutaten wie Kartoffeln, Brot, Milchprodukte und Gemüse. Zudem ist es nur erlaubt Speisen als Bio zu markieren, wenn diese aus einem biozertifizierten Cateringunternehmen stammen.²⁶³

²⁶² Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁶³ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

Fleischanteil reduzieren

Bei einigen Events lässt sich das Angebot von Fleisch und tierischen Produkten nicht vermeiden.²⁶⁴ Wenn Fleisch auf der Speisekarte steht, sollte Bioqualität bevorzugt werden. Dies bedeutet, eine bessere Tierhaltung und lokales Biofutter für die Tiere. Bio-Fleisch hat zwar einen höheren Preis, dafür aber auch eine höhere Qualität.²⁶⁵

Fleischprodukte zu reduzieren ist dennoch willkommen. Geringere Fleischmengen können mit diversen Beilagen ausgeglichen und somit attraktiv gemacht werden.²⁶⁶ Dies bewirkt einen kleineren ökologischen Fußabdruck und produziert weniger tierische Abfälle.²⁶⁷

Gütesiegel

Es gibt in Österreich mehrere Siegel, welche das Tierwohl garantieren:²⁶⁸

- Tierschutz kontrolliert: Erfunden von der Tierschutzorganisation Vier Pfoten und beinhaltet Vorgaben für Haltung, Transport und Schlachtung der Tiere. Es ist den gesetzlichen Mindeststandards überlegen. Die „Silber“-Stufe wird erreicht, wenn die Standards allgemein erhöht werden und die Tiere somit eine bessere Haltung genießen können. Die „Gold“-Stufe kennzeichnet den besten Grad in der Tierhaltung.
- Tierwohl kontrolliert: Für diese Siegel ist der Verein „Gesellschaft! Zukunft Tierwohl!“ verantwortlich. Hier wird zwischen vier Gütezeichen mit diversen Standards unterschieden: Tierwohl verbessert (unterste Kategorie), Tierwohl gut, Tierwohl kontrolliert (2 Hakerl) und Tierwohl kontrolliert (3 Hakerl = höchste Kategorie, d. h. artgerechte Haltung, Züchtung und Fütterung ist gegeben).
- AMA „mehr Tierwohl“: Dieses Siegel ist eine Erweiterung und gewährleistet noch höhere Standards als das ursprüngliche „AMA-Gütesiegel“. Hier werden den Tieren 60 % mehr Platz, eingestreute Liegeflächen und Beschäftigungsmittel geboten.

²⁶⁴ Vgl. Die Umweltberatung (2023b), o. S.

²⁶⁵ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁶⁶ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁶⁷ Vgl. Die Umweltberatung (2023b), o. S.

²⁶⁸ Vgl. Die Umweltberatung (2023b), o. S.

Angebot von vegetarischen und veganen Speisen

Tierische Produkte haben einen enormen Einfluss auf unser Klima und haben Tierleid zur Folge.²⁶⁹ Viele Menschen versuchen sich weniger mit tierischen Produkten zu ernähren, 11 % der Österreicher*innen konsumieren ausschließlich vegetarische oder vegane Produkte.²⁷⁰ Deshalb sollte den Besucher*innen auf Events auch ansprechende vegetarische und vegane Speisen angeboten werden. Diese Angebote sollten unbedingt als vegetarisch und vegan markiert werden.²⁷¹

Obst und Gemüse der Saison

Saisonalität spielt bei ÖkoEvents eine bedeutende Rolle. Das Einsetzen von saisonalem und regionalem Obst und Gemüse ist gut für die Umwelt, da beim Anbau in der Region keine warmen Glashäuser benötigt werden, welche Energie verbrauchen. Zudem können Transportkilometer vermieden werden.²⁷²

Saisonalität kann bei einer Veranstaltung leicht vermittelt werden: Beispielsweise gibt es Spargel im Mai, Erdbeeren im Mai und Juni, Tomaten von Juni bis November und Weintrauben von August bis Oktober. Wichtig ist auch, dass die Veranstalter selbst die Caterer darauf aufmerksam zu machen, da diese die Saisonalität nicht immer beachten.²⁷³

Regionalität

Das Land Österreich besitzt viele einzigartige Produkte, welche von Besucher*innen sehr geschätzt werden.²⁷⁴ Speisen und Getränke sollten daher aus der Region stammen.²⁷⁵ Dies verhindert einen langen Anlieferungsweg, unterstützt österreichische Betriebe, spart Flugkilometer und Energie.²⁷⁶

²⁶⁹ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁷⁰ Vgl. Die Umweltberatung (2023b), o. S.

²⁷¹ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁷² Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁷³ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁷⁴ Vgl. Die Umweltberatung 2023a, o. S.

²⁷⁵ Vgl. Deutscher Olympischer Sportbund (2023): Green Champions 2.0. für nachhaltige Sportveranstaltungen. Online verfügbar unter https://www.green-champions.de/fileadmin/user_upload/DOSB_Flyer_GreenChampions.pdf, o. S.

²⁷⁶ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

Vermeidung von Lebensmittelabfällen

Schon vor dem Event sollte festgelegt werden, wie Lebensmittelabfälle verhindert werden können bzw. was mit nicht verzehrten Lebensmitteln geschehen wird. In Österreich werden zum Beispiel die „Mitnahmeboxen der Wiener Tafel“ oder die „Genussboxen“ aus Papier angeboten, um übrig gebliebene Speisen selbst einzupacken und später genießen zu können. Zudem präsentiert die Wiener Umweltschutzabteilung auf der Seite „lebensmittelpunkt.wien.at“ den Leitfaden „Das is(st) es mir wert“ für eine Weiterverwendung von Lebensmittelresten. Zusätzlich bietet auch ein „Restlessen“ für die Mitarbeiter*innen und freiwilligen Helfer*innen eine Chance, Lebensmittelabfälle zu verhindern.²⁷⁷

Mehrweg

Die Umwelt wird durch Mehrwegprodukte deutlich mehr geschont und ist bei ÖkoEvents Standard. Es sollten Mehrweg-Geschirr (z. B. Gläser, Becher, Teller, Besteck), Mehrweg-Verpackungen (z. B. Mehrweg-Flaschen oder Fässer), Mehrweg-Transportverpackungen (z. B. Mehrweg-Kisten) und Leitungswasser, beispielsweise in Krügen, angeboten werden.²⁷⁸

5.4 FAIRTRADE Österreich

Die Gastronomie sollte FAIRTRADE-Produkte in ihr Angebot miteinbeziehen und wird dabei von FAIRTRADE-Österreich unterstützt.²⁷⁹ FAIRTRADE Österreich ist ein gemeinnütziger Verein, welcher seit dem Jahr 1993 besteht. Zu den Gründungsmitgliedern zählen Organisationen aus dem fairen Handel, der Entwicklungspolitik, der Bildung, und der Religion. Der Verein sorgt für den Verkauf und Konsum von gekennzeichneten FAIRTRADE-Produkten in Österreich, ist am Handel selbst aber nicht beteiligt.²⁸⁰

²⁷⁷ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁷⁸ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁷⁹ Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023a): Aufgaben. Was wir tun auf einen Blick. Online verfügbar unter <https://www.fairtrade.at/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards>, o. S.

²⁸⁰ Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023c): Wer wir sind. FAIRTRADE Österreich vergibt in Österreich das FAIRTRADE-Siegel für Produkte. Online verfügbar unter <https://www.fairtrade.at/fairtrade-oesterreich/wer-wir-sind>, o. S.

FAIRTRADE Österreich kennzeichnet mittels FAIRTRADE-Siegel die zertifizierten Produkte in Österreich. Um das Siegel zu erhalten, müssen die Produkte den internationalen FAIRTRADE-Standards entsprechen.²⁸¹

Mit FAIRTRADE-Standards sind die Vorgaben zu denen Kleinbauern, Plantagen und Unternehmen während des ganzen Prozesses verpflichtet sind. Diese Regeln enthalten soziale, ökologische und ökonomische Mindestvoraussetzungen, um einen nachhaltigen Fortschritt der Produzentenorganisationen in den Entwicklungsländern zu sichern.²⁸²

Soziales

Kleinbauern, Kleinbäuerinnen und Arbeiter und Arbeiterinnen sollen unterstützt werden:²⁸³

- Organisation in demokratischen Gemeinschaften (bei Kooperativen)
- Unterstützung gewerkschaftlicher Organisationen (auf Plantagen)
- Vereinbarte Arbeitsbedingungen
- Keine Kinderarbeit unter schlechten Bedingungen
- Keine Diskriminierung

Ökologisches

Umweltschutz, bei dem der Mensch im Zentrum steht:²⁸⁴

- Unterstützung des Bio-Anbaus mit Hilfe des Bio-Aufschlags
- Anbau im Sinne der Umwelt
- Auf natürliche Ressourcen achten
- Keine Erlaubnis von schädlichen Pestiziden
- Verbot von genmanipuliertem Saatgut

²⁸¹ Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023c), o. S.

²⁸² Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023a): Aufgaben. Was wir tun auf einen Blick. Online verfügbar unter <https://www.fairtrade.at/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards>, o. S.

²⁸³ Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023b), o. S.

²⁸⁴ Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023b), o. S.

Ökonomisches

Vorschriften an Händler und Hersteller:²⁸⁵

- Gewährleistung von FAIRTRADE-Mindestpreis und FAIRTRADE-Prämie
- Rückverfolgbarkeit des Waren- und Geldflusses
- Kennzeichnung der Produkte mittels Siegel
- Vertraglich nachvollziehbare Handelsbeziehungen
- Vorauszahlung

Zudem versuchen die FAIRTRADE Mitarbeiter*innen in der Öffentlichkeit Bewusstsein für die Tätigkeiten der Kleinbauernfamilien und Arbeiter*innen der Plantagen in den Entwicklungsländern zu schaffen. Dies gelingt, indem sie in regierungsunabhängigen Organisationen, Umweltvereinen, Gemeinden, Schulen, Medien, der Wirtschaft sowie der Politik aufklärend wirken und eine Zusammenarbeit aller in die Wege leiten.²⁸⁶

²⁸⁵ Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023b), o. S.

²⁸⁶ Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023a), o. S.

5.5 Zwischenfazit

Im letzten Kapitel der Theorie wurde das Verpflegungsangebot auf Sportveranstaltungen näher dargelegt. Unabhängig von dem Ausmaß der Veranstaltung ist die Verpflegung der Besucher*innen ein überaus wichtiger Punkt.²⁸⁷

Heutzutage werden die Ansprüche an das Speisen- bzw. Getränkeangebot immer höher. Eine große Auswahl an Gerichten wird vorausgesetzt.²⁸⁸ Je mehr Informationen der Caterer zur Sportveranstaltung erhält, desto genauer kann er das Verpflegungsangebot an die Gäste anpassen.²⁸⁹

Bei Sportveranstaltungen ist die genaue Besucher*innenanzahl nicht immer vorab bekannt, dennoch sollte sich das Verpflegungsangebot nach der Größe des Events richten. Für dieses Angebot existieren unterschiedliche Möglichkeiten. Für Sportveranstaltungen eignen sich beispielsweise verschiedene Essens- bzw. Getränkestände für die Verpflegung der Besucher*innen. Zudem wäre gerade für Sportveranstaltungen das Barbecue-Catering bzw. das Foodtruck-Catering denkbar, diese beiden Formen werden aber nicht sehr oft genutzt.²⁹⁰

Neben den Speisen zählen auch die richtigen Getränke zum Verpflegungsangebot. Diese sollten für den Anlass geeignet sein und das Angebot von alkoholischen und alkoholfreien Getränken sollte ausgeglichen sein.²⁹¹

Im Getränkeangebot sollten Leitungswasser, Mineralwasser, Fruchtsäfte, Limonaden, Weine und Bier enthalten sein. Dabei wird empfohlen nachhaltige Getränke anzubieten.²⁹²

Zusätzlich sind beim Verpflegungsangebot die Bedürfnisse von Vegetariern, Veganern und Flexitariern zu berücksichtigen. Die Anzahl der Vegetarier bzw. Veganer steigt in Österreich an. Im Jahr 2021 geben 11% der Österreicher*innen an, sich ausschließlich von vegetarischen bzw. veganen Produkten zu ernähren.²⁹³ Viele Menschen haben diese Ernährungsweisen aufgrund von gesundheitlichen und ökologischen Aspekten gewählt.

²⁸⁷ Vgl. Hoffmann-Wagner und Jostes (2021), S. 79.

²⁸⁸ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

²⁸⁹ Vgl. Hettler und Luppold (2019), S. 7.

²⁹⁰ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

²⁹¹ Vgl. Hettler und Luppold (2019), S. 8.

²⁹² Vgl. Müller (2022), o. S.

²⁹³ Vgl. Die Umweltberatung (2023b), o. S.

Zudem ist für sie auch die Zukunft der weltweiten Ernährung ein ausschlaggebender Punkt.²⁹⁴

Außerdem spielt das Thema Nachhaltigkeit und Umwelt für die Verpflegung auf Sportveranstaltungen eine bedeutende Rolle, da diese von sehr vielen Menschen besucht wird. Beispielsweise könnte Mehrwegbesteck und –geschirr und Pfandflaschen verwendet werden, um einer zu hohe Müllproduktion entgegenzuwirken.²⁹⁵ Zudem sollten u. a. Lebensmittel in Bioqualität angeboten, saisonales Obst und Gemüse verwendet, auf die Gütesiegel und die Regionalität geachtet werden.²⁹⁶

Durch FAIRTRADE Österreich kann die Gastronomie die Produkte gekennzeichnet mit dem FAIRTRADE-Siegel anzubieten. Um das Siegel zu erhalten, müssen die Produkte den internationalen FAIRTRADE-Standards entsprechen.²⁹⁷ Mit FAIRTRADE-Standards sind die Vorgaben zu denen Kleinbauern, Plantagen und Unternehmen während des ganzen Prozesses verpflichtet sind. Diese Regeln enthalten soziale, ökologische und ökonomische Mindestvoraussetzungen, um einen nachhaltigen Fortschritt der Organisationen in den Entwicklungsländern zu sichern.²⁹⁸

²⁹⁴ Vgl. Ach und Borchers (2018), o. S.

²⁹⁵ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

²⁹⁶ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

²⁹⁷ Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023c), o. S.

²⁹⁸ Vgl. FAIRTRADE Österreich (2023b), o. S.

6 Methodischer Teil

Nach dem ersten Teil dieser Masterarbeit, in dem die Theorie des Forschungsthemas erläutert wurde folgt nun der zweite Teil. In diesem Kapitel wird die Methodik der Arbeit genau beleuchtet. Vorerst wird auf die Forschungsfragen und die dazu entsprechenden Hypothesen eingegangen. Anschließend werden die gewählte Methodik und das Studiendesign nähergebracht. Danach wird der Aufbau bzw. die Operationalisierung des Fragebogens dargestellt. Zum Schluss werden der Pre-Test und die genaue Vorgehensweise beschrieben.

6.1 Forschungsfragen und Ableitung der Hypothesen

Im Zuge des theoretischen Teils dieser Arbeit konnte die Wichtigkeit der kulinarischen Verpflegung für Besucher*innen auf Veranstaltungen unterstrichen werden. Viele deutschsprachige und englischsprachige Quellen beschäftigen sich mit dem damit verbunden Thema der Ernährung des Menschen. Einige Quellen setzten sich mit dem Verpflegungsangebot auf Veranstaltungen allgemein auseinander. Dennoch wird in der Literatur bisher wenig auf den speziellen Typ der Sportveranstaltung und deren Verpflegungsangebot eingegangen. Zudem wird der Fokus in diesem Zusammenhang bislang zu wenig auf das Land Österreich gesetzt. Daraus entwickelt sich folgende Forschungsfrage:

Forschungsfrage 1: Welche Erwartungen haben Besucher*innen an das
Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung?

Diese Forschungsfrage soll Aufschluss über die Wünsche der Besucher*innen gegenüber dem Speise- und Getränkeangebot auf österreichischen Sportveranstaltungen geben. Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage werden aus dem theoretischen Teil abgeleitete Hypothesen herangezogen, welche in der Empirie der Arbeit überprüft werden.

Eine Hypothese ist eine Aussage, welche abgelehnt oder beibehalten wird. Im Normalfall werden Hypothesen aufgrund einer Literaturbasis formuliert. Anschließend werden Daten,

beispielsweise aus einer Umfrage, erhoben, um die Hypothese mittels Hypothesentests zu analysieren.²⁹⁹

Aufgebaut auf dem derzeitigen Forschungsstand und der Theorie können folglich 3 Hypothesen aufgestellt werden.

Hypothese 1: An einer Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot nicht teilzunehmen, geben Männer häufiger an als Frauen.

In der ersten Hypothese wird die Bedeutung des Verpflegungsangebotes für die Besucher*innen auf einer Sportveranstaltung geprüft. Dabei wird zudem zwischen den Geschlechtern unterschieden. Laut Literatur gehören Speisen und Getränke zu den Grundbedürfnissen des Menschen.³⁰⁰ Das Verpflegungsangebot bei einer Veranstaltung zählt zu den wichtigsten Bestandteilen³⁰¹ und sollte auch auf keiner Sportveranstaltung fehlen.³⁰²

Hypothese 2: Frauen bevorzugen bei einer Sportveranstaltung häufiger ein vegetarisches Speiseangebot als Männer.

Hypothese 2 untersucht die Einstellung zu vegetarischen Gerichten von Frauen und Männern auf Sportveranstaltungen. Laut Statista zählten 11% der österreichischen Bevölkerung im Jahr 2021 zu den Vegetariern bzw. Veganern.³⁰³ Die Geschlechter unterscheiden sich in ihrer Verhaltensweise gegenüber Fleischkonsum, ihrer Vorliebe zu pflanzlichen Produkten und dem Vegetarismus.³⁰⁴ Männer begünstigen Fleisch eher als Frauen.³⁰⁵

Zudem zeigt auch eine weitere Studie, dass Frauen den Verzehr von Fleisch bzw. tierischen Produkten mehr einschränken als Männer.³⁰⁶ Im Jahr 2017 ernährten sich 23,4%

²⁹⁹ Vgl. DATatab Team (2023b): Hypothesen. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/hypothesen>, o. S.

³⁰⁰ Vgl. Brombach (2021), o. S.

³⁰¹ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

³⁰² Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

³⁰³ Vgl. Statista GmbH (2022d), o. S.

³⁰⁴ Vgl. Modlinska et al. (2020), S. 1.

³⁰⁵ Vgl. Rozin, Paul; Hormes, Julia M.; Faith, Myles S.; Wansink, Brian (2012): Is Meat Male? A Quantitative Multimethod Framework to Establish Metaphoric Relationships. In: *J Consum Res*, Vol. 39 (Nr. 3), S. 638.

³⁰⁶ Vgl. Knaapila et al. (2022), S. 16.

der Männer und 76,6% der Frauen in Österreich vegetarisch bzw. vegan.³⁰⁷ bzw. tierischen Produkten mehr einschränken als Männer.³⁰⁸

Hypothese 3: Ein nachhaltiges Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung ist der Altersgruppe 20-29 wichtiger als der Altersgruppe 50-59.

Die dritte geht auf die Bedeutung der Nachhaltigkeit bezüglich des Verpflegungsangebots bei einer Sportveranstaltung ein. Dabei werden die Ansichten zwei verschiedener Altersgruppen gegenübergestellt. Die Nachhaltigkeit ist heutzutage ein wesentliches Thema,³⁰⁹ bei dem die Konsument*innen eine wesentliche Rolle spielen.³¹⁰ Gerade auf Sportveranstaltungen kommt eine Vielzahl an Menschen zusammen, umso wichtiger ist hier das Verpflegungsangebot nachhaltig zu gestalten.³¹¹ Vor allem durch die Covid-19 Krise wurde der Stellenwert von nachhaltigen Lebensmitteln noch mehr erhöht. Regionale bzw. Bio-Produkte werden seitdem häufiger konsumiert, insbesondere von der Generation Y und Z.³¹² Diese Generationen denken bei ihrer Lebensmittelwahl außerdem an das Klima.³¹³ Es wird dennoch weiterhin empfohlen, nachhaltige Produkte noch mehr zu fördern bzw. zu bewerben.³¹⁴ denn die ältere Generation ab 50+ ist bislang von dieser Ansicht (noch) nicht ganz überzeugt.³¹⁵

Außerdem wird neben der Hauptforschungsfrage und den Hypothesen eine zweite Forschungsfrage formuliert.

Forschungsfrage 2: Welche Ansprüche haben Besucher*innen an das zukünftige Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung?

Forschungsfrage 2 beschäftigt sich mit den zukünftigen Vorstellungen der Besucher*innen. Dabei sollen Erwartungen an das Verpflegungsangebot bevorstehender

³⁰⁷ Vgl. Statista GmbH (2022e), o. S.

³⁰⁸ Vgl. Knaapila et al. (2022), S. 16.

³⁰⁹ Vgl. Myers et al. (2013), S. 18753.

³¹⁰ Vgl. Vittersø und Tangeland (2015), 91ff.

³¹¹ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

³¹² Vgl. Zukunftsinstut GmbH (2023b): Was bedeutet „gesunde Ernährung“ für die Generationen Y und Z? Online verfügbar unter <https://www.zukunftsinstut.de/artikel/food/neues-verstaendnis-von-gesunder-ernaehrung-bei-generation-y-und-z/>, o. S.

³¹³ Vgl. Zukunftsinstut GmbH (2023a), o. S.

³¹⁴ Vgl. Wu et al. (2023), S. 11.

³¹⁵ Vgl. Zukunftsinstut GmbH (2023a), o. S.

Sportveranstaltungen geäußert werden. Die Erkenntnisse dazu werden einerseits aus dem theoretischen Teil und andererseits aus der Umfrage gezogen.

Zum Schluss dieses Subkapitels wird nachstehend nochmals ein Überblick über die Forschungsfragen und die Hypothesen gegeben.

FF1	Welche Erwartungen haben Besucher*innen an das Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung?
H1	An einer Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot nicht teilzunehmen, geben Männer häufiger an als Frauen.
H2	Frauen bevorzugen bei einer Sportveranstaltung häufiger ein vegetarisches Speiseangebot als Männer.
H3	Ein nachhaltiges Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung ist der Altersgruppe 20-29 wichtiger als der Altersgruppe 50-59.
FF2	Welche Ansprüche haben Besucher*innen an das zukünftige Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung?

Tabelle 5: Überblick über die Forschungsfragen und Hypothesen (eigene Darstellung)

6.2 Beschreibung der Methode – Quantitative Befragung

Nach der Festlegung der Forschungsfragen und den Hypothesen wird nun auf die Forschungsmethode der Arbeit eingegangen.

Der quantitative Forschungsansatz umfasst mehrere Methoden, Techniken und Verfahren, welche ein theoretisches Modell bzw. die daraus abgeleiteten Hypothesen untersuchen.³¹⁶ Dazu werden numerische Daten erhoben, welche es ermöglichen, soziale Phänomene zu messen und statistisch aufzubereiten.³¹⁷ Es wird Aufschluss über empirische Sachverhalte gegeben, welche den Zusammenhang zwischen Ursache und Problem erläutern. Bei der quantitativen Forschung werden Stichproben herangezogen, welche aus bestimmten Zahlenwerten abgeleitet werden. Durch die Hochrechnung der Ergebnisse kann auf die

³¹⁶ Vgl. Goldenstein, Jan; Hunoldt, Michael; Walgenbach, Peter (Hg.) (2018): Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 107.

³¹⁷ Vgl. Universität Leipzig (2023): Qualitativ vs. quantitativ. Online verfügbar unter <https://home.uni-leipzig.de/methodenportal/qualivsquanti/>, o. S.

Grundgesamtheit geschlossen werden. Die Grundlage zur Überprüfung der Hypothesen und kausalen Zusammenhängen stellt die statistische Analyse dar.³¹⁸

Die Untersuchungsmaterialien bei quantitativer Forschung werden durch standardisierte Verfahren bearbeitet. Nach Erhebung der Daten muss exakt definiert werden, welche Erkenntnis- oder Beobachtungskriterien akzeptiert werden.³¹⁹

Es existieren verschiedene quantitative Forschungsmethoden, durch die eine Vielzahl an Proband*innen miteingebunden werden können. Die Wahl der geeigneten Methode für das Forschungsthema ist abhängig von Vor- und Nachteilen diverser Verfahren.³²⁰

Grundsätzlich kann bei der empirischen Sozialforschung zwischen drei Methoden unterschieden werden: der Befragung, der Beobachtung und der Inhaltsanalyse.³²¹ Für diese Masterarbeit wird als Forschungsmethode die standardisierte Befragung in Form eines Online-Fragebogens gewählt.³²² Mit dieser Methodik können individuelle Erfahrungen und Erwartungen der Proband*innen festgestellt werden. Bei der standardisierten Befragung werden alle Fragen vorab genauesten ausgearbeitet und die Reihenfolge festgelegt. Zudem werden die Fragenarten, z. B. offene oder geschlossene Fragen, im Vorhinein bestimmt.³²³

Diese Form der quantitativen Forschung bringt einige Vorteile mit sich. Es kann innerhalb kürzester Zeit eine Vielzahl an Proband*innen bzw. eine große Menge an Daten erreicht werden.³²⁴ Der Online-Fragebogen bietet zusätzlich zeitliche und örtliche Flexibilität.³²⁵ Dies ermöglicht gesamt eine einfache und kostengünstige Durchführung.³²⁶ Zudem ist durch die Anonymität des Fragebogens die Teilnahme an der Studie höher, da nur geringe bis keine Schlussfolgerungen auf einzelne Personen gezogen werden können. Die

³¹⁸ Vgl. Qualtrics LLC (2023), o. S.

³¹⁹ Vgl. Universität Leipzig (2023), o. S.

³²⁰ Vgl. Qualtrics LLC (2023), o. S.

³²¹ Vgl. Döring, Nicola; Bortz, Jürgen (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 3ff.

³²² Vgl. Qualtrics LLC (2023), o. S.

³²³ Vgl. Braunecker, Claus (2016): How to do Empirie, how to do SPSS. Eine Gebrauchsanleitung. Wien: facultas, 29ff.

³²⁴ Vgl. Qualtrics LLC (2023), o. S.

³²⁵ Vgl. Pepels, Werner (2015): Einführung in die Marktforschung. Berlin: Dunker & Humblot GMBH, 90ff.

³²⁶ Vgl. Qualtrics LLC (2023), o. S.

erworbenen Daten werden außerdem direkt online gespeichert und können folgend einfach ausgewertet werden, um aufschlussreiche Ergebnisse zu erzielen.³²⁷

Jedoch gibt es bei einer ausschließlich quantitativen Befragung auch Nachteile. Generell können vorwiegend allgemeine Ergebnisse erlangt werden und spezifische Probleme und dazugehörige Ursachen nicht ausreichend erläutert werden. Auf geschlossene Fragen kann nur kurz und knapp geantwortet werden,³²⁸ wodurch die Erkenntnisse von den Fragestellungen abhängig sind.³²⁹ Zusätzlich erfordert die Teilnahme an einer Online-Befragung einen einwandfreien Internetzugriff bzw. Grundkenntnisse in der Technologie. Dies kann bei den Teilnehmer*innen zu Schwierigkeiten führen.³³⁰

6.3 Studiendesign

Im Anschluss an die Erläuterung der Methode folgt die Beschreibung des Studiendesigns. Wesentliche Informationen dazu werden in nachstehender Tabelle aufgezeigt und danach detaillierter erklärt.

Studiendesign	
Erhebungsmethode	Quantitative Befragung mittels Online-Tool DATAtab
Grundgesamtheit	In Salzburg wohnhafte Personen, welche schon einmal eine Sportveranstaltung in Österreich besucht haben.
Stichprobengröße	205 Personen
Untersuchungszeitraum	19.07.-10.08.2023
Pre-Test	17.07-18.07.2023 mit 15 Personen
Auswertung	DATAtab

Tabelle 6: Überblick über das Studiendesign (eigene Darstellung)

Erhebungsmethode

Im Kapitel zuvor wurde die Erhebungsmethode bereits genau beschrieben.

³²⁷Vgl. Pepels (2015), S. 90ff.

³²⁸Vgl. Qualtrics LLC (2023), o. S.

³²⁹Vgl. Döring und Bortz (2016), S. 398ff.

³³⁰Vgl. Pepels (2015), S. 90ff.

Grundgesamtheit

„Unter der Grundgesamtheit ist diejenige Menge von Individuen, Fällen, Ereignissen zu verstehen, auf die sich die Aussagen der Untersuchung beziehen sollen und die im Hinblick auf die Fragestellung und Operationalisierung vorher eindeutig abgegrenzt werden muss“³³¹

Die Grundgesamtheit der vorliegenden Arbeit bilden im Bundesland Salzburg lebende Personen, welche schon einmal eine Sportveranstaltung in Österreich besucht haben. Wie bereits erwähnt hat Österreich schon zahlreiche Sportveranstaltungen ausgetragen³³² und gilt als beliebter Organisator.³³³ Das Bundesland Salzburg ist zudem auch als Sportland anzusehen. Neben der Fußball-EM 2008 fanden zahlreiche weitere Sportgroßveranstaltungen wie etwa die Rad-Straßenweltmeisterschaft 2006 mit 300.000 Zuschauer*innen oder die Mountainbike-WM 2002 mit 100.000 Zuschauer*innen statt.³³⁴

Außerdem ist Salzburg die Heimat einiger weltberühmter Sportler*innen – darunter Felix Gottwald (Nordische Kombination), Hermann Maier (Ski Alpin), Anna Veith (Ski Alpin), Marcel Hirscher (Ski Alpin), Roman Hagara und Hans-Peter Steinacher (Segeln), Judith Wiesner-Floimair (Tennis), Annemarie Moser-Pröll (Ski Alpin), Danja Haslacher (Ski Alpin), Thomas Geierspichler (Rennrollstuhlfahrer) etc.³³⁵

Zusätzlich hat das Bundesland Salzburg ein breites Angebot an Sport- und Freizeitmöglichkeiten mit gut ausgebauter und zeitgemäßer Infrastruktur für den Profi- sowie den Breitensport.³³⁶

Red Bull – eine der bekanntesten Marken der Welt, welche von dem Österreicher Dietrich Mateschitz gegründet wurde, hat zudem seinen Hauptsitz in Fuschl am See in Salzburg. Red Bull ist heute weltweit im Sport tätig, unterstützt Sportler*innen selbst als auch zahlreiche Sportveranstaltungen. Zu den gesponserten Sportarten zählen u.a. Formel 1, Fußball, Kitesurfen, Windsurfen, Snowboarden, Skateboarden, Mountainbiken,

³³¹ Kromrey, Helmut (2009): Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. 12. Aufl. Stuttgart: utb GmbH. , S. 255.

³³² Vgl. Johannes Kepler Universität Linz (JKU), Institut für Digital Business 2023, o. S.

³³³ Vgl. Adam 2011, S. 83.

³³⁴ Vgl. Land Salzburg (Hg.) (2023): SportLand Salzburg. Online verfügbar unter <https://www.salzburg.gv.at/themen/salzburg/das-ist-salzburg/sportland>, o. S.

³³⁵ Vgl. Land Salzburg (2023), o. S.

³³⁶ Vgl. Land Salzburg (2023), o. S.

Basejumping oder Wildwasserkajakfahren.³³⁷ Jedes Jahr „schafft“ Red Bull viele Weltrekordhalter*innen, Weltmeister*innen, Weltcupsieger*innen etc. in den unterschiedlichsten Sportarten. Durch Dietrich „Didi“ Mateschitz entstand eine neue Art von Sportsponsoring, bei der zusätzlich auch auf Kreativität, außergewöhnliche Ideen, Intelligenz, Sympathie und insbesondere gute Unterhaltung Wert gelegt wird.³³⁸ Im Jahr 2022 sponserte Red Bull u.a. die Sportveranstaltungen „Red Bull Dance Your Style World Final 2022“, „Rallye Dakar 2022“ und die Red Bull Drop In Euro Tour³³⁹.

Somit wohnen in Salzburg viele sportbegeisterte Menschen, welche auch Sportveranstaltungen in Österreich besuchen und eine passende Grundgesamtheit für die quantitative Befragung dieser Masterarbeit bilden.

Stichprobengröße

Da eine Totalerhebung hohe finanzielle, personelle und zeitliche Mittel erfordert, wird bei dieser Masterarbeit eine Teilerhebung durchgeführt. Dazu wird eine gewisse Stichprobe herangezogen.³⁴⁰ Eine Stichprobe setzt sich aus einer geringen Teilmenge der Grundgesamtheit zusammen.³⁴¹ Mit Hilfe eines Quotenplans kann ein repräsentativer Teil aus der Grundgesamtheit mit den nötigen Merkmalen für die Umfrage ermittelt werden.³⁴² Aufgrund fehlender Daten, kann jedoch bei dieser Arbeit keine genaue Stichprobe anhand eines Quotenplans berechnet werden. Eine Statistik über die Anzahl an in Salzburg lebenden Personen, welche schon einmal eine Sportveranstaltung in Österreich besucht haben existiert nicht. Es kann lediglich der Bevölkerungsstand Salzburgs, welcher am 01.04.2023 bei 569.374 Personen lag,³⁴³ angewendet werden, da theoretisch bei jeder

³³⁷ Vgl. Wirtschaftsforum (2023): Red Bull – die Erfolgsgeschichte aus Österreich. Online verfügbar unter <https://www.wirtschaftsforum.de/red-bull>, o. S.

³³⁸ Vgl. Fürweger, Wolfgang (2019): Die Red Bull Story. Der unglaubliche Erfolg des Dietrich Mateschitz. 1. Aufl. Wien: Haymon Verlag, o. S.

³³⁹ Vgl. Red Bull GmbH (2023a): Geschichte von Red Bull. Online verfügbar unter <https://www.redbull.com/at-de/energydrink/red-bull-geschichte>, o. S.

³⁴⁰ Vgl. Häder, Michael; Häder, Sabine (2019): Stichprobenziehung in der quantitativen Sozialforschung. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 333.

³⁴¹ Vgl. Raab-Steiner, Elisabeth; Benesch, Michael (2015): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag, S. 20.

³⁴² Vgl. Braunecker (2016), S. 42ff.

³⁴³ Vgl. Statistik Austria (2023): Bevölkerung zu Jahres-/Quartalsanfang. Online verfügbar unter <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/bevoelkerung/bevoelkerungsstand/bevoelkerung-zu-jahres-/-quartalsanfang>, o. S.

dieser Personen die Möglichkeit besteht, dass sie schon einmal eine Sportveranstaltung in Österreich besucht hat.

Für diese Masterarbeit wird eine nicht zufällige Stichprobe verwendet, da diese die oben genannten Eigenschaften aufweisen muss, um repräsentative Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit ziehen zu können.³⁴⁴

Die Stichprobengröße kann dennoch nur mittels des Bevölkerungsstandes Salzburgs, der Fehlerquote und einem Konfidenzintervall berechnet werden. Die Fehlerquote gibt an um welchen Prozentsatz sich die Ergebnisse maximal vom tatsächlichen Wert in der Grundgesamtheit unterscheiden können. Das Konfidenzintervall gibt die Wahrscheinlichkeit an, bei der die Resultate für die Grundgesamtheit repräsentativ sind.³⁴⁵ Als Konfidenzintervall bei dieser Studie werden 95% festgelegt, die Fehlerquote liegt zwischen 6% und 7%. Wie in nachfolgender Tabelle ersichtlich, beträgt die Stichprobengröße 267 Teilnehmer*innen bei einer Fehlerquote von 6% und 196 Teilnehmer*innen bei einer Fehlerquote von 7%

Berechnung der Stichprobengröße			
Bevölkerung Salzburg	Konfidenzintervall	Fehlerquote	Stichprobengröße
569.374	95%	6%	267
		7%	196

Tabelle 7: Berechnung der Stichprobengröße (eigene Darstellung)

Der Stichprobe muss demnach mindestens 196 Proband*innen umfassen, um die Grundgesamtheit bei einer Fehlerquote von 7% darstellen zu können.

Untersuchungszeitraum und –ort

Die quantitative Befragung wurde von 19.07.2023-10.08.2023 durchgeführt. Für den Online-Fragebogen wurde das Programm DATatab verwendet. DATatab bietet eine

³⁴⁴ Vgl. Braunecker (2016), S. 49ff.

³⁴⁵ Vgl. Döring und Bortz (2016), S. 297ff.

Vielzahl an Fragetypen, die Ergebnisse können anschließend direkt in DATatab bearbeitet werden oder auch als Excel-Datei heruntergeladen werden.³⁴⁶

Pre-Test

Vor der wirklichen Online-Befragung wurde von 17.07.-18.07.2023 ein Pre-Test mit 15 Personen durchgeführt, um mögliche Schwierigkeiten aufzudecken und beheben zu können. Im Kapitel 6.5 wird näher auf den Pre-Test eingegangen.

Auswertung

Nach der Datenerhebung wird, wie auch für den Online-Fragebogen, zur deskriptiven und statistischen Auswertung der Resultate das Programm DATatab herangezogen.

Nach Erläuterung des Studiendesigns im Detail werden im nächsten Unterkapitel der Aufbau und die Operationalisierung des Fragebogens beschrieben.

6.4 Aufbau und Operationalisierung des Fragebogens

In diesem Unterkapitel wird der Online-Fragebogen genauer dargestellt. Dabei werden Aufbau der Umfrage, Fragestellungen und Operationalisierung behandelt.

Der Fragebogen enthält 14 Fragen und kann in maximal 5 Minuten beantwortet werden. Die Umfrage kann in drei Teile gegliedert werden, welche nun erläutert werden.

Zu Beginn erhalten die Teilnehmer*innen Auskunft über das Thema der Masterarbeit. Zunächst wird die Bearbeitungszeit angegeben und die Anonymität versichert. Zudem werden die Kontaktdaten der Interviewerin (Verfasserin dieser Arbeit) angegeben.

Nach der Einleitung folgt die erste Frage, welche zugleich eine Filterfrage ist. Alle Teilnehmer*innen, welche bei der Frage, ob sie schon einmal eine Sportveranstaltung in Österreich besucht, haben „nein, noch nie“ angeben, werden nicht in die Stichprobe miteinbezogen, da sie somit nicht zur Grundgesamtheit zählen. Im Hauptteil wird vorerst gefragt, welche Sportveranstaltungen (nach Sportarten) besucht werden und anschließend auf das Konsumationsverhalten von Speisen und Getränken eingegangen. Dabei werden

³⁴⁶ Vgl. DATatab Team (2023f): Startseite. Online verfügbar unter <https://datatab.de/>, o. S.

auch die Erwartungen der Teilnehmer*innen an das Verpflegungsangebot ermittelt. Dieser Teil der Umfrage dient zur Beantwortung der Forschungsfragen sowie zur Überprüfung der Hypothesen. Im Schlussteil werden Daten zur Person der Teilnehmer*innen gesammelt, dazu zählen Wohnort, Geschlecht, Alter und höchste abgeschlossene Ausbildung.

Nachstehend wird der Ablauf des Fragebogens dargestellt:

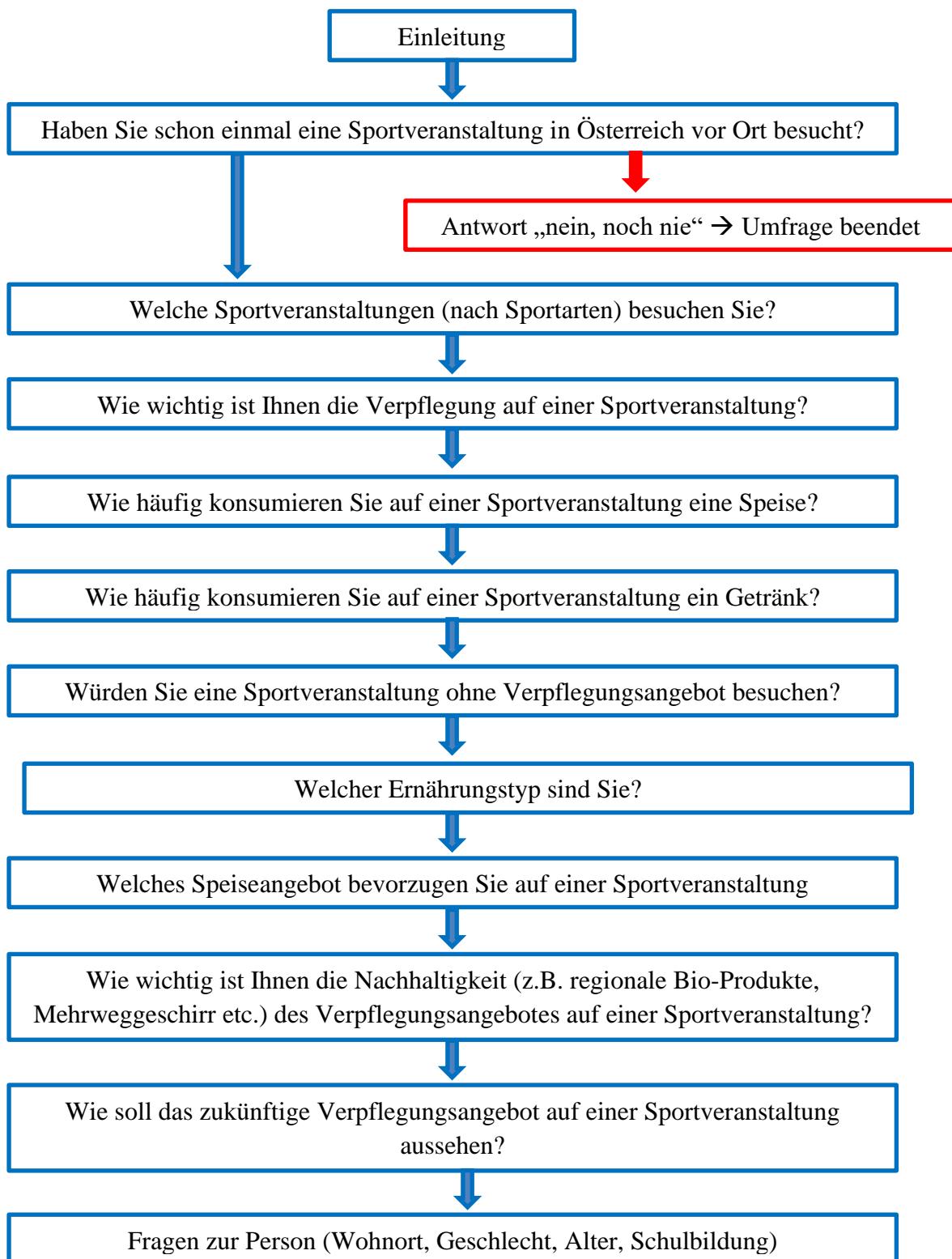


Abbildung 6: Ablauf des Fragebogens (eigene Darstellung)

Alle Fragen der Umfrage werden der Kategorie „geschlossene Frage“ zugeordnet. Bei dieser Art sind die Antwortmöglichkeiten auf die Fragen schon vorab festgelegt. Somit sind die drei Gütekriterien (Validität, Reliabilität und Objektivität) der quantitativen Forschung gegeben und die Resultate können besser gegenübergestellt werden.³⁴⁷

Um später statistische Tests durchführen zu können, müssen die Variablen des Fragebogens dem jeweiligen Skalenniveau, auch als Messniveau bezeichnet, zugeordnet werden. Beim Skalenniveau einer Variablen kann zwischen nominal, ordinal und metrisch unterschieden werden.³⁴⁸

Bei einer Nominalskala können die Ausprägungen differenziert werden, jedoch ist eine eindeutige Rangordnung nicht möglich. Ein Beispiel dafür wäre das Geschlecht (männlich, weiblich, divers).³⁴⁹

Die Ordinalskala weist dieselben Merkmale wie die Nominalskala auf, jedoch kann zudem eine Rangordnung erstellt werden. Bei dieser Skala können aber die Abstände zwischen den Ausprägungen nicht exakt gemessen werden. Ordinal skaliert sind beispielsweise Schulnoten. Die Rangordnung ist möglich, dennoch ist nicht ersichtlich, ob der Abstand zwischen 1 und 2 dem Abstand zwischen 3 und 4 gleich ist.³⁵⁰

Sowohl bei Nominal- als auch bei Ordinalskalen können die Variablen in Kategorien eingeteilt werden. Die Kategorien sind aber begrenzt und haben im Normalfall eine bestimmte Anzahl an Ausprägungen.³⁵¹

Das letzte Skalenniveau ist das metrische mit metrischen Variablen. Hier können die Ausprägungen gegenübergestellt bzw. gegliedert werden und die Abstände zwischen den Ausprägungen können genau bemessen werden. Beispiele hier wären Gewicht und Alter der Proband*innen.³⁵²

Zudem kann das metrische Skalenniveau in die Intervallskala und in die Verhältnisskala unterteilt werden. Bei der Verhältnisskala können genaue Verhältnisse zwischen den

³⁴⁷ Vgl. Möhring, Wiebke; Schlütz, Daniela (2019): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 75ff.

³⁴⁸ Vgl. DATatab Team (2023e): Skalenniveau. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/skalenniveau>, o. S.

³⁴⁹ Vgl. DATatab Team (2023e), o. S.

³⁵⁰ Vgl. DATatab Team (2023e), o. S.

³⁵¹ Vgl. DATatab Team (2023e), o. S.

³⁵² Vgl. DATatab Team (2023e), o. S.

Werten angegeben werden. Die Voraussetzung dafür ist ein absoluter Nullpunkt, dieser ist im Gegenzug dazu bei der Intervallskala nicht gegeben. Eine Verhältnisskala wäre zum Beispiel der CO₂-Ausstoss im Jahr, eine Intervallskala der IQ-Score von Schüler*innen.³⁵³

Um nochmals einen Überblick zu verschaffen, werden in nachstehender Tabelle nochmals die Fragen und Antworten sowie die dazugehörigen Skalenniveaus und bzw. Hypothesen aufgezeigt.

Nr.	Frage	Antwort	Skalenniveau	Hypothese/ Forschungsfrage
1	Haben Sie schon einmal eine Sportveranstaltung in Österreich vor Ort besucht?	Geschlossene Frage, Filterfrage	Nominal	X
2	Welche Sportveranstaltungen (nach Sportarten) besuchen Sie?	Geschlossene Frage, Mehrfach-nennung möglich	Nominal	X
3	Wie wichtig ist Ihnen die Verpflegung auf einer Sportveranstaltung?	Geschlossene Frage, 6-stufige Skala (nicht wichtig bis sehr wichtig)	Metrisch (Intervall)	FF1
4	Wie häufig konsumieren Sie auf einer Sportveranstaltung eine Speise?	Geschlossene Frage, 6-stufige Skala (nie bis sehr häufig)	Metrisch (Intervall)	FF1
5	Wie häufig konsumieren Sie auf einer Sportveranstaltung ein Getränk?	Geschlossene Frage, 6-stufige Skala (nie bis sehr häufig)	Metrisch (Intervall)	FF1
6	Würden Sie eine Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot besuchen?	Geschlossene Frage	Nominal	H1
7	Welcher Ernährungstyp sind Sie?	Geschlossene Frage	Nominal	FF1

³⁵³ Vgl. DATatab Team (2023e), o. S.

8	Welches Speiseangebot bevorzugen Sie auf einer Sportveranstaltung ?	Geschlossene Frage	Nominal	H2
9	Wie wichtig ist Ihnen die Nachhaltigkeit (z. B. regionaler und Bio-Produkte, Mehrweggeschirr etc.) des Verpflegungsangebotes auf einer Sportveranstaltung ?	Geschlossene Frage, 6-stufige Skala (nicht wichtig bis sehr wichtig)	Metrisch (Intervall)	H3
10	Wie soll das zukünftige Verpflegungsangebot auf Sportveranstaltungen aussehen?	Geschlossene Frage, Mehrfach-nennung möglich	Nominal	FF2
11	Wohnen Sie in Salzburg?	Geschlossene Frage	Nominal	X
12	Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an:	Geschlossene Frage	Nominal	H1/H2
13	Bitte geben Sie Ihr Alter an:	Geschlossene Frage	Ordinal	H3
14	Bitte geben Sie Ihre höchste abgeschlossene Schulbildung an:	Geschlossene Frage	Ordinal	X

Tabelle 8: Operationalisierung der Umfrage (eigene Darstellung)

6.5 Pre-Test

Der Pre-Test des Fragebogens dieser Masterarbeit fand von 17.07.-18.07.2023 mit 15 Personen statt. Pretests dienen zur Verbesserung der Umfrage, bevor diese wirklich durchgeführt wird. Vor allem in der quantitativen Sozialforschung sind diese von

Bedeutung, da im Nachhinein nichts mehr überarbeitet werden kann, weil ansonsten die Standardisierung und Vergleichbarkeit nicht mehr gegeben ist.³⁵⁴ Für den Pre-Test wird eine angemessene Stichprobe herangezogen. In häufigen Fällen wird der Pre-Test unterlassen, was negative Auswirkungen nach sich ziehen kann. Deshalb ist es unbedingt notwendig diesen vorab zu machen.³⁵⁵

Nach Durchführung des Pre-Tests sollten folgende Fragen durch das Feedback der Teilnehmer*innen beantwortet werden können.³⁵⁶

- Sind alle Fragen bzw. Antworten klar und verständlich?
- Ist das Layout passend?
- Was war die tatsächliche Bearbeitungszeit? Ist diese in Ordnung?
- Wird bei den Antworten der Fragen zu sehr in eine Richtung gelenkt?
- Ist der sprachliche Gebrauch der Zielgruppe entsprechend?
- Gibt es weitere Verbesserungsvorschläge seitens der Proband*innen?

Infolge des Pre-Tests wurden ein paar Fragen bzw. Antwortmöglichkeiten nochmals optimiert. Anschließend konnte der Online-Fragebogen aktiviert werden.

6.6 Vorgehensweise

Nach der Erstellung der Umfrage, der Durchführung des Pre-Tests und der anschließenden Überarbeitung des Fragebogens wurde dieser online gestellt. Über einen Link konnten die Proband*innen von 19.07.2023 bis 10.08.2023 online auf die Umfrage zugreifen. Dieser wurde via WhatsApp, Instagram und per E-Mail versendet. Durch das Schneeballsystem wurde der Link mit weiteren Personen geteilt, somit konnten genügend Teilnehmer*innen erreicht werden. Dabei wurde berücksichtigt, dass die Proband*innen der vorab festgelegten Zielgruppe entsprechen. 205 Personen haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt und konnten der Stichprobe zugeordnet werden. Die Rücklaufquote der Umfrage lag bei 55%, die Abbruchquote bei 45%. Die erhobenen Daten werden mit Hilfe von DATAtab ausgewertet.

³⁵⁴ Vgl. Weichbold, Martin (2022): Pretests. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 443.

³⁵⁵ Vgl. Raab-Steiner und Benesch (2015), S. 63.

³⁵⁶ Vgl. Raab-Steiner und Benesch (2015), S. 64.

7 Empirischer Teil

In diesem Kapitel werden die mit Hilfe der quantitativen Umfrage erhobenen Daten dargestellt und beschrieben. Vorerst folgt die deskriptive Auswertung, anschließend die Überprüfung der Hypothesen.

7.1 Auswertung der Ergebnisse

Im Zeitraum zwischen 19.07.2023 und 10.08.2023 konnte der Fragebogen von den Teilnehmer*innen ausgefüllt werden. Im Zuge dessen konnten Daten von 205 Personen gesammelt werden, welche die Umfrage vollständig beantwortet haben und der Stichprobe zugeordnet werden konnten.

In diesem Subkapitel werden alle 14 Fragen des Fragebogens grafisch dargestellt und genau erläutert. Der Buchstabe „n“ gibt dabei in jeder Abbildung an, wie viele Teilnehmer*innen die jeweilige Frage beantwortet haben.

Die erste Frage stellte zugleich eine Filterfrage dar, die so alle Personen aussortierte, welche nicht der Stichprobe entsprachen. Es sollte festgestellt werden, ob schon einmal eine Sportveranstaltung in Österreich vor Ort besucht wurde. Es konnte „ja, aber selten“, „ja gelegentlich“, „ja, häufig“ oder „nein, noch nie“ angegeben werden. Für 20 Proband*innen, welche „nein, noch nie“ ankreuzten, wurde die Umfrage automatisch beendet.

Frage 1: Haben Sie schon einmal eine Sportveranstaltung in Österreich vor Ort besucht?

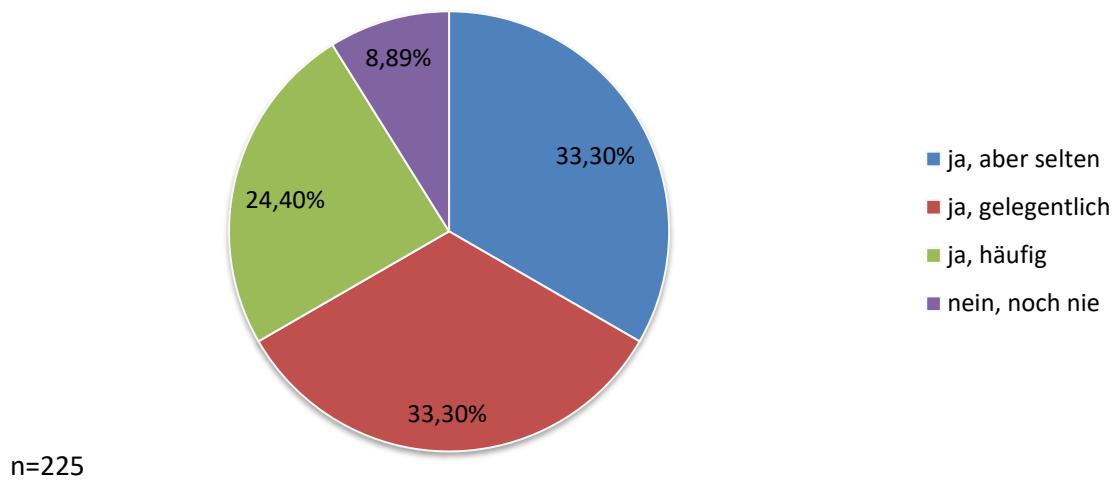


Abbildung 7: Frage 1 - Häufigkeit Besuch einer Sportveranstaltung (eigene Darstellung)

In obenstehender Abbildung ist erkennbar, dass jeweils 33,3% selten oder gelegentlich eine Sportveranstaltung besucht haben. Zudem waren 24,4% bereits häufig auf einem Sporthevent und 8,89% noch nie.

Frage 2 sollte Aufschluss darüber geben, welche Sportart auf den Veranstaltungen verfolgt wird.

Frage 2: Welche Sportveranstaltungen (nach Sportarten) besuchen Sie?

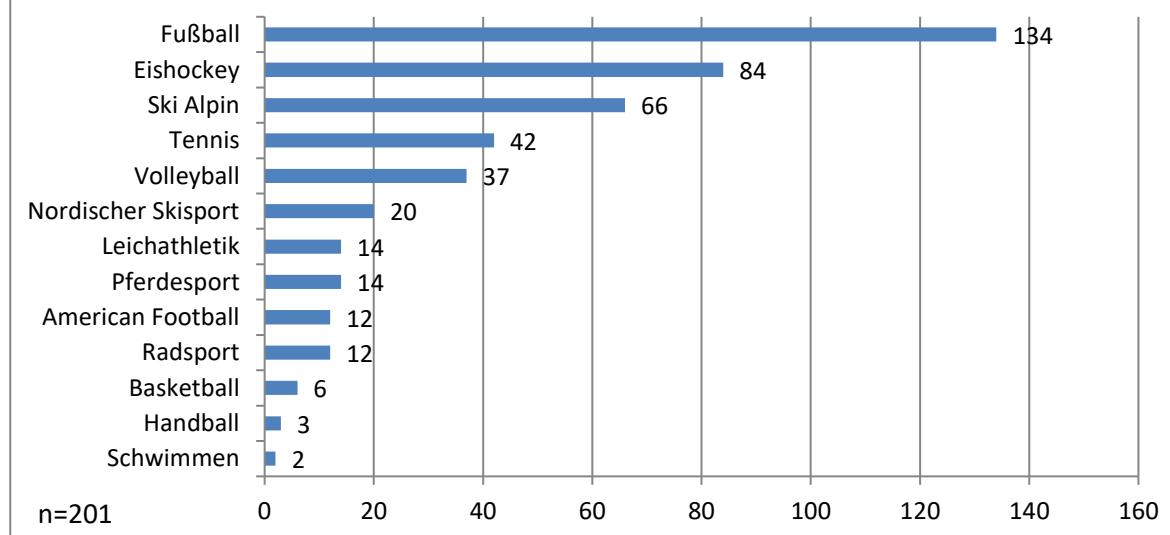


Abbildung 8: Frage 2 - Besuch Sportveranstaltungen nach Sportarten (eigene Darstellung)

Bei dieser Frage konnten mehrere Antworten ausgewählt werden. Die eindeutige Spitze bildet eindeutig die Sportart Fußball (134 Nennungen). Danach folgt Eishockey (84) und an dritter Stelle steht Ski Alpin (66). Zwischen den Sportarten Tennis (42) und Volleyball (37) liegt nur ein geringer Unterschied. Etwa jede*r zehnte der Teilnehmer*innen (20) wählte den Nordischen Skisport aus. Die Sportarten Leichtathletik (14) und Pferdesport (14) sowie American Football (12) und Radsport (12) wurden jeweils gleich oft genannt. Die wenigsten Nennungen hatten (Basketball), Handball (3) und Schwimmen (2).

Zusätzlich enthielt die zweite Frage ein offenes Textfeld, in das eine weitere Sportart eingetragen worden konnte.



Abbildung 9: Frage 2 - offenes Textfeld, weitere Sportarten (eigene Darstellung)

Am häufigsten wurde das Laufen (5) genannt. 4 Teilnehmer*innen gaben den Triathlon an. An dritter Stelle liegt das Tanzen (3). Formel 1 und Turnen hatte jeweils 2 Nennungen. Alle übrigen Sportarten wurden jeweils einmal angegeben, darunter u. a. Faustball, Judo, Boxen oder Klettern.

Bei der dritten Frage wurde die Bedeutung des Verpflegungsangebotes einer Sportveranstaltung für die Proband*innen ermittelt.

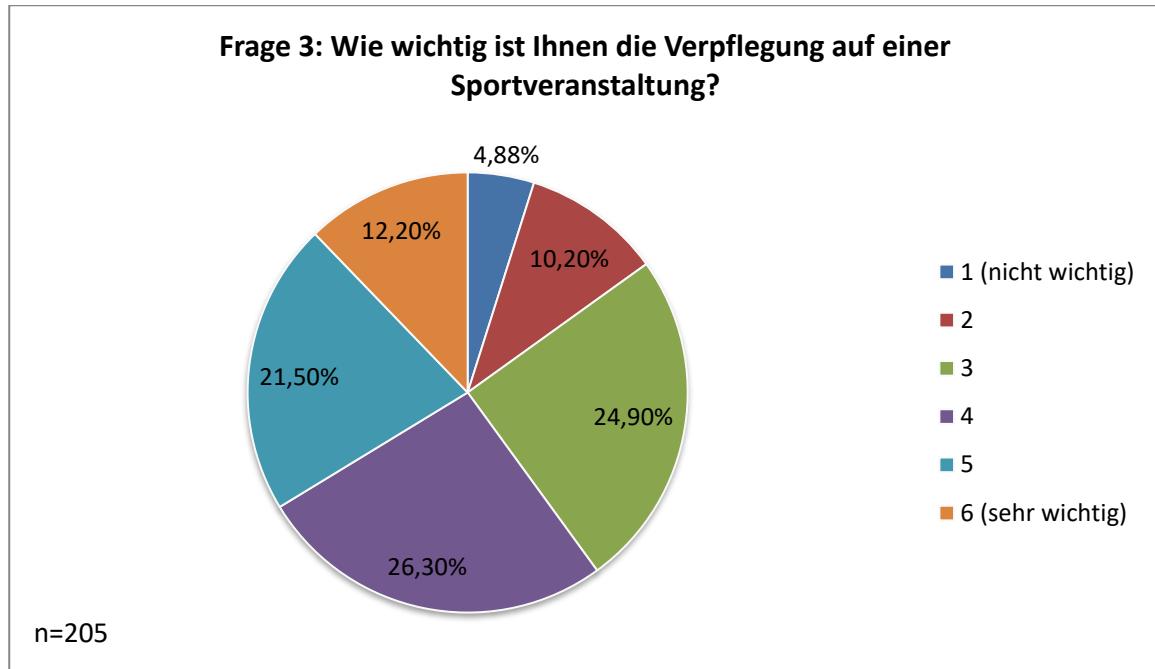


Abbildung 10: Frage 3 - Wichtigkeit Verpflegung (eigene Darstellung)

Die Frage konnte mittels einer sechsstufigen Skala beantwortet werden. Die Skala reichte von nicht wichtig (1) bis sehr wichtig (6). Die meisten Proband*innen entschieden sich für 4 (26,3%). Beinahe die Hälfte (46,4%) wählten 3 oder 5 aus. Weniger als ein Drittel (27,28%) kreuzten 1, 2 oder 6 an.

Wie häufig die Besucher*innen eine Speise bzw. ein Getränk auf einer Sportveranstaltung konsumieren, wurde in den Fragen 4 und 5 geäußert. Zur Beantwortung dieser Fragen diente wieder jeweils eine sechsstufige Skala, wobei diese von nie (1) bis sehr häufig (6) reichte.

Frage 4: Wie häufig konsumieren Sie auf einer Sportveranstaltung eine Speise ?

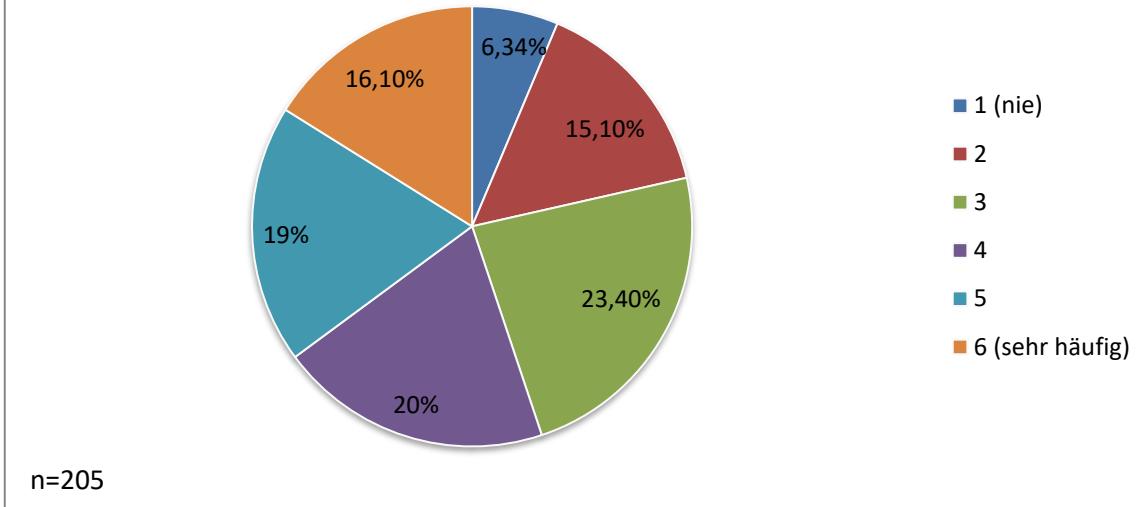


Abbildung 11: Frage 4 - Häufigkeit Konsum Speise (eigene Darstellung)

In obigem Kreisdiagramm ist erkennbar, dass das größte Segment (23,4%) die Zahl 3 bildet. 4 (20%) und 5 (19%) unterscheiden sich nur in einem Prozent. 16,10% konsumieren sehr häufig eine Speise, im Gegensatz dazu konsumieren 6,34% nie eine Speise. Die Zahl 2 wurde von 15,10% angekreuzt.

Frage 5: Wie häufig konsumieren Sie auf einer Sportveranstaltung ein Getränk?

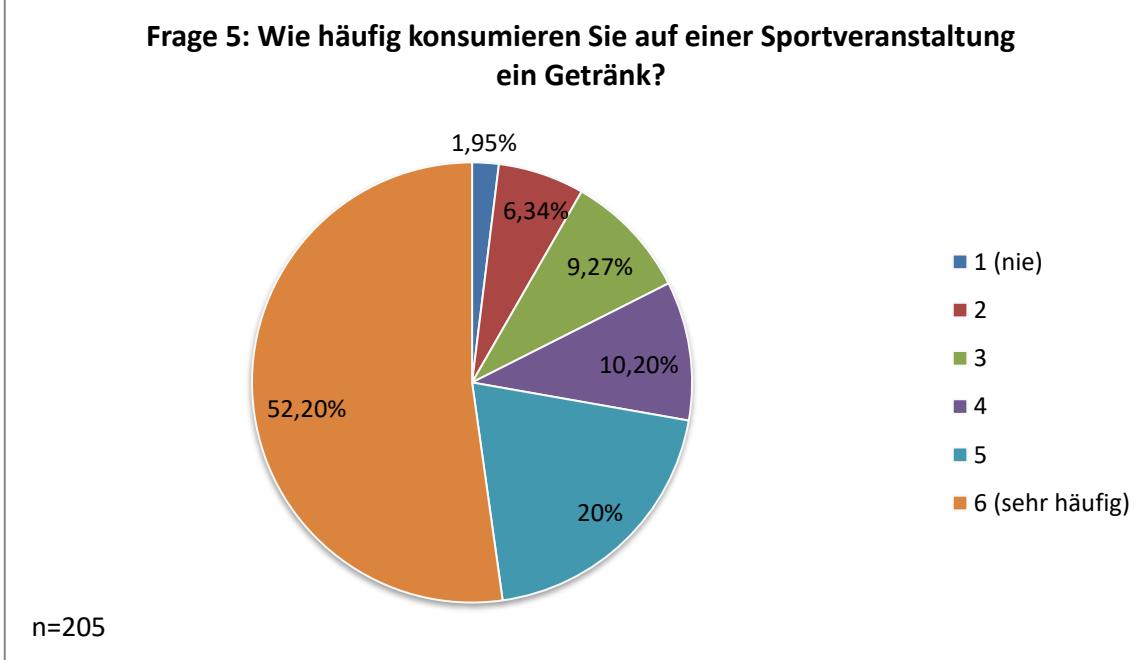


Abbildung 12: Frage 5 - Häufigkeit Konsum Getränk

Mehr als die Hälfte (52,2%) der Befragten konsumieren sehr häufig ein Getränk auf einer Sportveranstaltung. Der Prozentsatz der Personen, welche nie (1,95%) ein Getränk konsumieren ist gegenteilig sehr gering. Fast ein Drittel (30,2%) der Teilnehmer*innen gaben die Zahl 4 oder 5 an. Zirka 16 % konsumieren eher kein Getränk.

Frage 6 zeigt, wie viele Teilnehmer*innen eine Sportveranstaltung ohne Verpflegung besuchen bzw. nicht besuchen würden.



Abbildung 13: Frage 6 - Besuch Sportveranstaltung ohne Verpflegung (eigene Darstellung)

163 der Proband*innen würden eine Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot besuchen, 42 Personen stimmen jedoch dagegen.

Die siebte Frage gibt den Ernährungstyp der Befragten an.

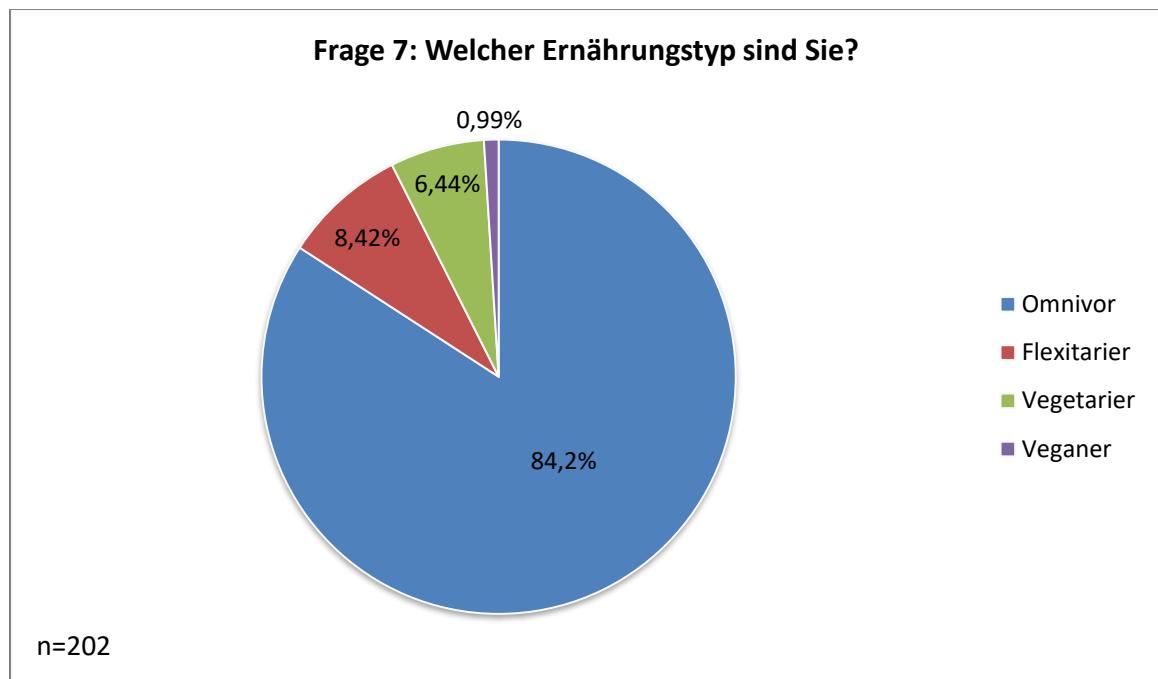


Abbildung 14: Frage 7 - Ernährungstyp (eigene Darstellung)

Am häufigsten ist der Typ Omnivor (84,2%) vertreten. 8,42% sind Flexitarier, 7,43% zählen zu den Vegetariern bzw. Veganern. Das zugehörige offene Textfeld dieser Frage wurde von drei Personen mit „Kein Fisch“, „antivirale Ernährung“ und „80% Vegetarisch, 20% Fleisch“ ausgefüllt.

Frage 8 setzt sich mit dem bevorzugtem Speiseangebot auf einer Sportveranstaltung auseinander.

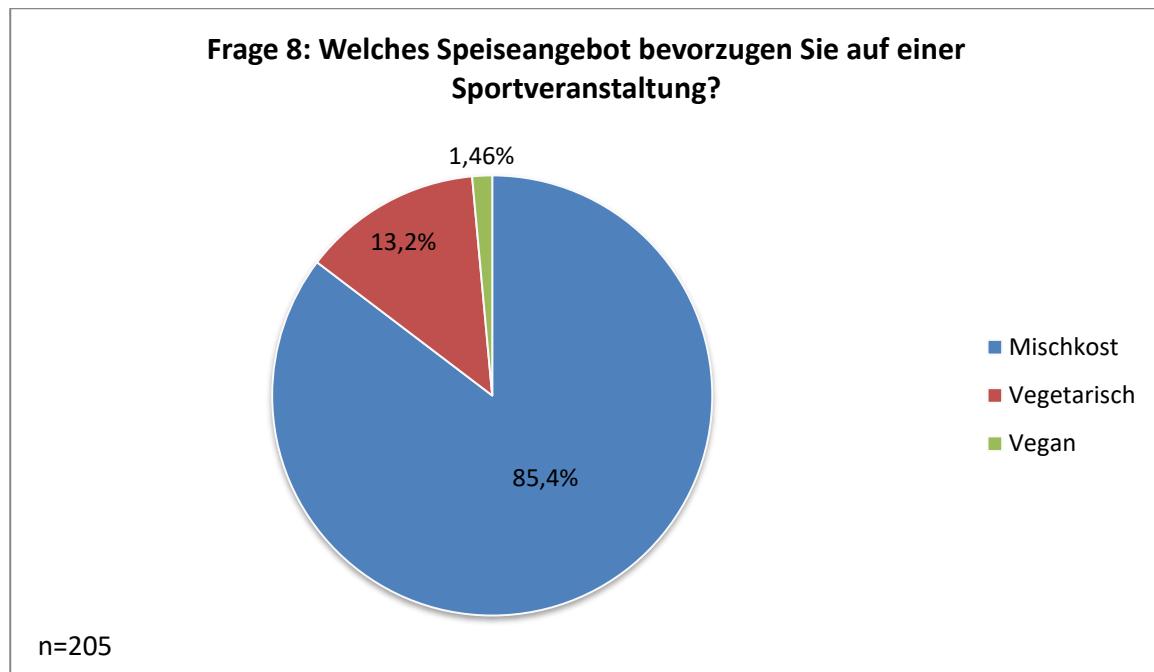


Abbildung 15: Frage 8 - Bevorzugtes Speiseangebot (eigene Darstellung)

Die Mischkost wird von 85,4% bevorzugt. Beinahe 15% befürworten vegetarische bzw. vegane Gerichte.

Bei Frage 9 sollten die Proband*innen beantworten, wie wichtig ihnen die Nachhaltigkeit des Verpflegungsangebotes auf einer Sportveranstaltung ist. Dies sollte wieder auf einer Skala von 1 (nicht wichtig) bis 6 (sehr wichtig) beurteilt werden.

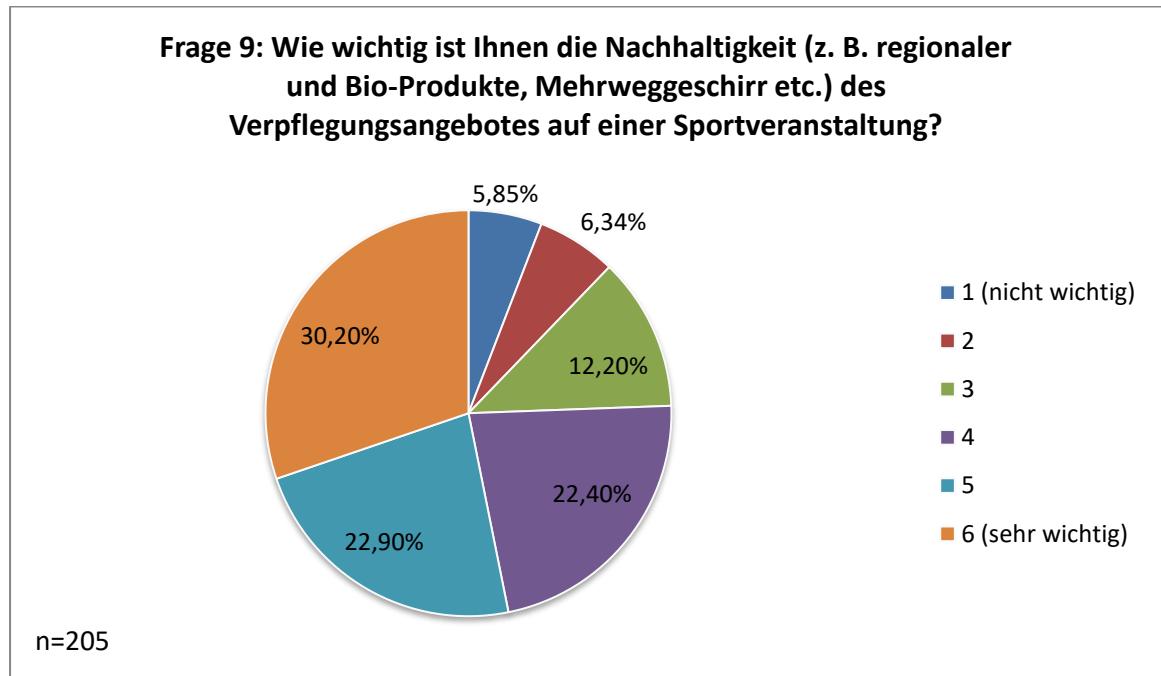


Abbildung 16: Frage 9 - Wichtigkeit Nachhaltigkeit (eigene Darstellung)

Wie in der Abbildung ersichtlich, ist die Nachhaltigkeit der Verpflegung 30,2% sehr wichtig. Die Werte 4 (22,4%) und 5 (22,9%) wurden beinahe gleich häufig angegeben. Etwa einem Viertel (24,39%) der Befragten ist die Nachhaltigkeit eher nicht wichtig bzw. nicht wichtig.

Die Teilnehmer*innen sollten bei Frage 10 ihre Wünsche gegenüber der zukünftigen Verpflegung auf Sportveranstaltungen äußern.

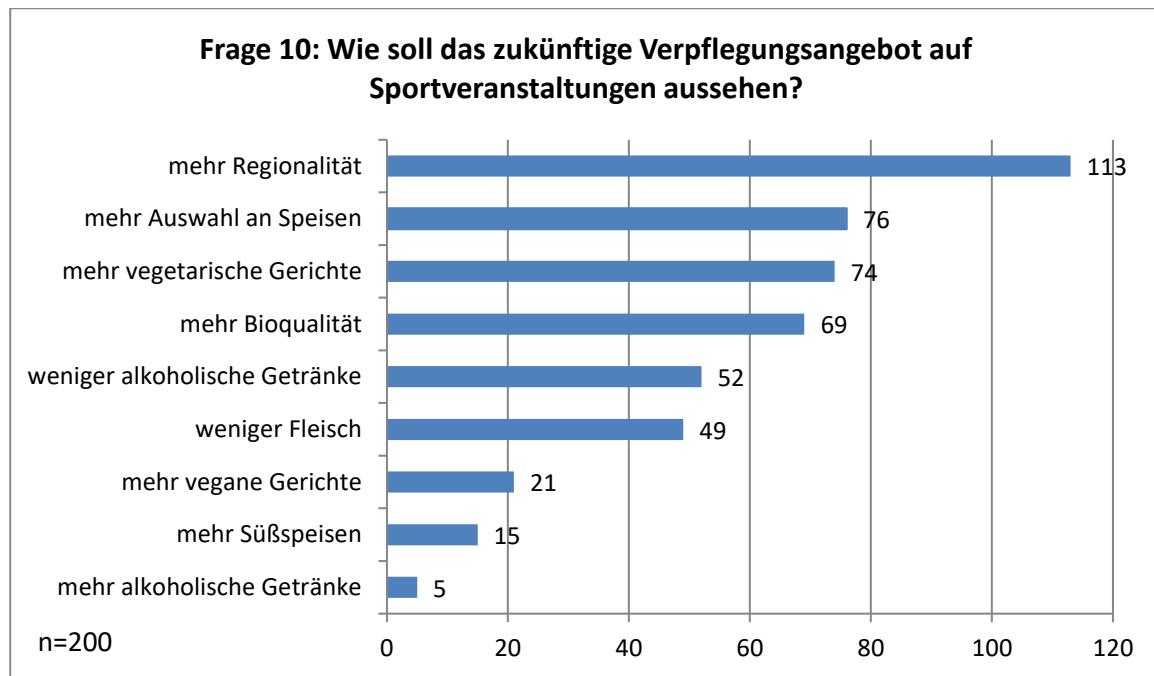


Abbildung 17: Frage 10 - Zukunft Verpflegungsangebot (eigene Darstellung)

Hier war wieder eine Mehrfachnennung möglich. Wie im Diagramm erkennbar, ist den meisten Personen mehr Regionalität (113 Nennungen) wichtig. Mehr Auswahl an Speisen (76) und mehr vegetarische Gerichte (74) wurde beinahe gleich oft angeklickt. 69 Personen fordern in Zukunft mehr Bioqualität. Zirka ein Viertel (25%) verlangen weniger alkoholische Getränke bzw. weniger Fleisch. Am seltensten wurden mehr vegane Gerichte (21), mehr Süßspeisen (15) und mehr alkoholische Getränke (5) genannt.

Zudem sollten im offenen Textfeld noch weitere Forderungen eingetragen werden.

Frage 10: offenes Textfeld	
	n=10
Mehr Getränke ohne Kohlensäure	
Gesundes Essen	
Passt so	
Mehr laktosefreie und gesunde Produkte	
Qualität bei Wurstwaren und Fleisch	
Egal	
gesündere Alternativen (für Vegetarier gibt es meist nur Pommes)	
bin mit der aktuellen Situation zufrieden. Ich gehe ja nicht wegen dem Angebot an Speisen zur Sportveranstaltung	
Nicht zu teuer	
Gesündere und leichtere Kost, weniger verarbeitete Lebensmittel oder Fertigprodukte	

Abbildung 18: Frage 10 - offenes Textfeld, weitere Wünsche (eigene Darstellung)

Insgesamt 10 Personen haben etwas in das offene Textfeld dieser Frage eingetragen. Die Antworten der einzelnen Personen sind in der Tabelle aufgelistet.

Zum Schluss wurden den Teilnehmer*innen demografische Fragen gestellt (Wohnort, Geschlecht, Alter und Schulbildung).

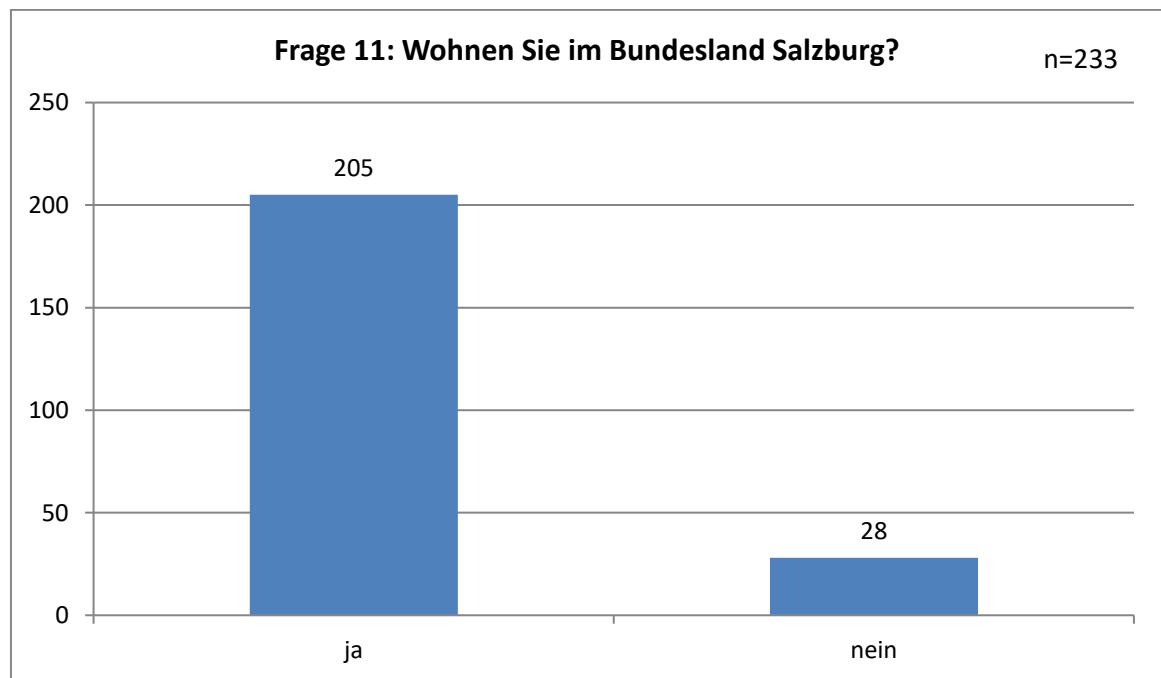


Abbildung 19: Frage 11 - Wohnort Bundesland Salzburg (eigene Darstellung)

205 Personen (88%) sind im Bundesland Salzburg wohnhaft und zählen somit zur Stichprobe. Die übrigen 28 Personen (12%) leben nicht in Salzburg und wurden daher aus der Studie ausgeschlossen.



Abbildung 20: Frage 12 - Geschlecht (eigene Darstellung)

59,5% der Studien –Teilnehmer*innen waren weiblich und 40,5% davon männlich. Die Antwort „divers“ wurde von keiner Person angegeben.

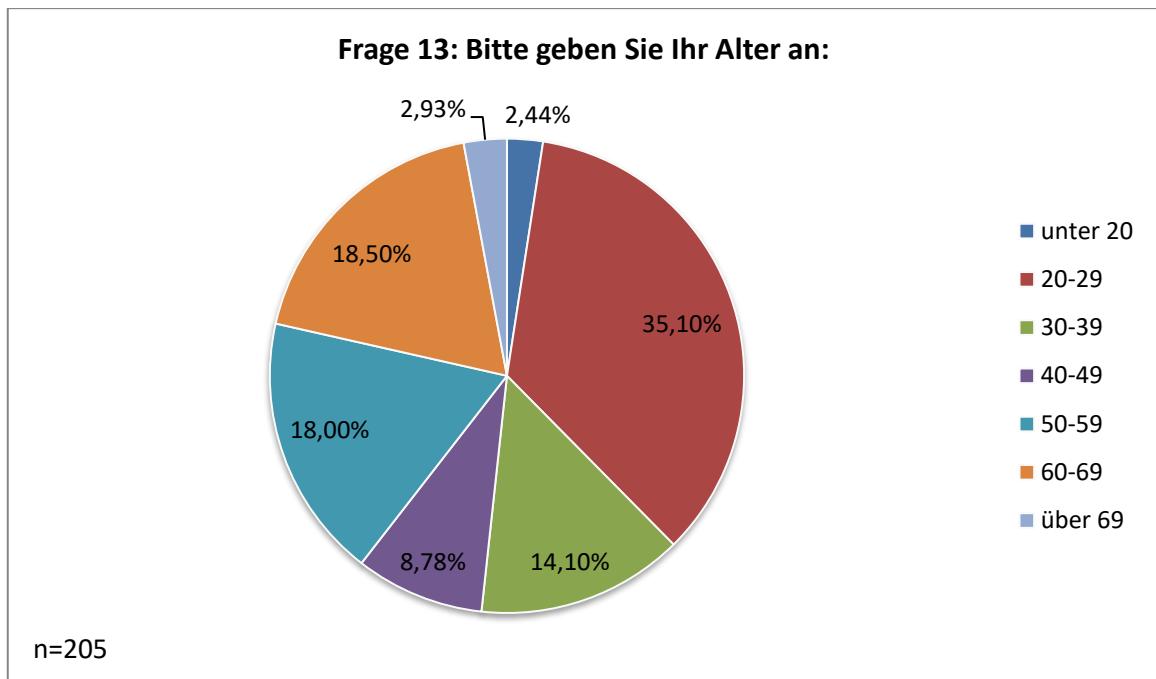


Abbildung 21: Frage 13 - Alter (eigene Darstellung)

Die meisten Personen bzw. über ein Drittel gehören der Altersgruppe 20-29 (35,1%) an. Das Alter 60-69 (18,5%) und 50-59 (18%) ist nahezu gleich vertreten. Weniger als ein Viertel (22,8%) zählen zu den Altersgruppen 30-39 bzw. 40-49. Die kleinste Gruppe (5,37%) setzt sich aus den unter 20-Jährigen und über 69-Jährigen zusammen.

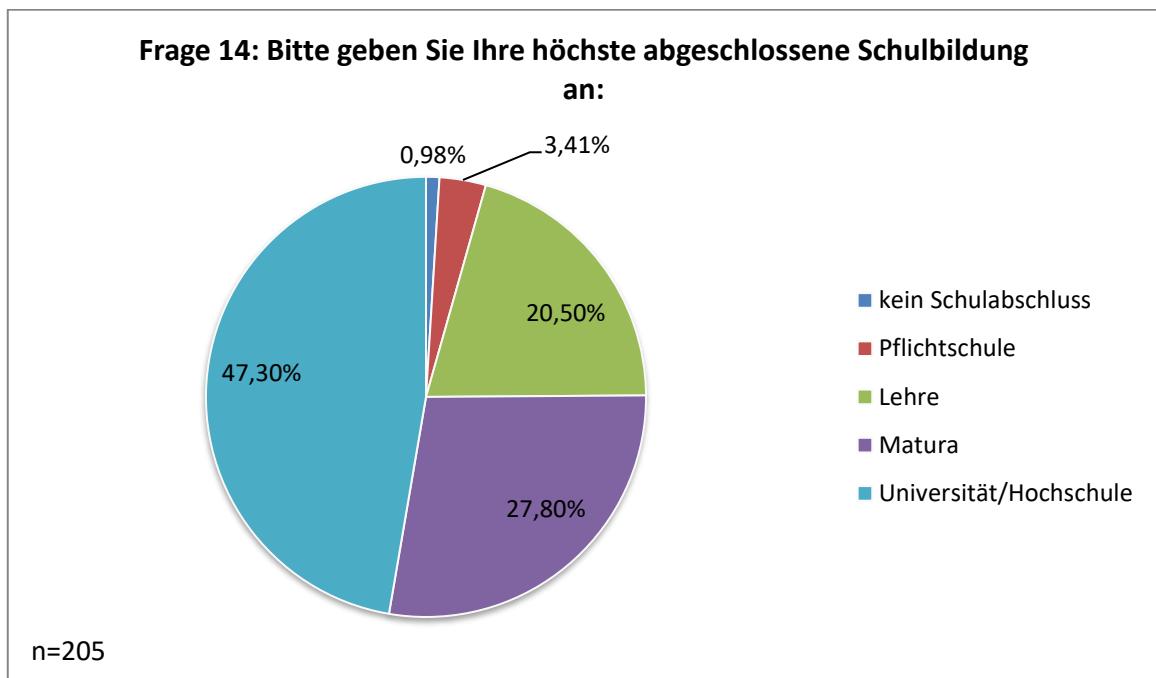


Abbildung 22: Frage 14 - höchste abgeschlossene Schulbildung (eigene Darstellung)

Knapp die Hälfte (47,3%) der Befragten haben einen Universitäts- bzw. Hochschulabschluss. Über ein Viertel (27,8%) haben die Matura bestanden. 20,5% bewältigten den Lehrabschluss. Die restlichen 4,39% haben die Pflichtschule absolviert oder keinen Schulabschluss.

Im folgenden Unterkapitel werden die zuvor formulierten Hypothesen überprüft und somit verifiziert oder falsifiziert.

7.2 Überprüfung der Hypothesen

Alle drei Hypothesen dieser Arbeit werden in diesem Kapitel mittels Hypothesentests geprüft. Hypothesentests sind statistische Verfahren, welche eine Hypothese über die Grundgesamtheit mit Hilfe einer Stichprobe bestätigen oder nicht bestätigen.³⁵⁷ Dabei wird unterschieden zwischen der Null- und der Alternativhypothese. Die Nullhypothese sagt aus, dass kein Unterschied zwischen einer oder mehreren Gruppen bezüglich einer Ausprägung besteht. Im Gegensatz dazu, gibt die Alternativhypothese an, dass sich eine oder mehrere Gruppen unterscheiden.³⁵⁸ Mittels des sogenannten Signifikanzniveaus wird festgestellt, welche der beiden Hypothesen der Wahrheit entspricht. Ist der Prozentwert (p-Wert) kleiner als das vorab bestimmte Signifikanzniveau, wird die Nullhypothese abgelehnt und die Alternativhypothese ist gültig. Im Normalfall wird das Signifikanzniveau bei 5% oder 1% festgelegt. Dabei ist zu beachten, dass das Signifikanzniveau ausschließlich vor der Überprüfung festgelegt werden darf und später keine Änderungen vorgenommen werden dürfen. Ansonsten würden die Ergebnisse verfälscht werden. Nachfolgend nochmals ein Überblick über die Signifikanzniveaus.

Signifikanzniveaus	
p-Wert $\leq 0,01$	hochsignifikant
p-Wert $\leq 0,05$	signifikant
p-Wert $> 0,05$	nicht signifikant

Tabelle 9: Signifikanzniveaus (eigene Darstellung)

³⁵⁷ Vgl. DATatab Team (2023c): Hypothesentest. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/hypothesentest>, o. S.

³⁵⁸ Vgl. DATatab Team (2023b), o. S.

Hypothese 1

Hypothese 1: An einer Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot nicht teilzunehmen, geben Männer häufiger an als Frauen.

Hypothese 1 überprüft den Zusammenhang zwischen dem Besuch einer Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot und dem Geschlecht. Für die Überprüfung dieser Hypothese wurden die Frage 6 (Würden Sie eine Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot besuchen?) mit Fokus auf die Antwort „nein“ und die Frage 12 (Geschlecht) verwendet.

Vorerst wurde festgestellt, ob es abhängig vom Geschlecht ist, ob eine Sportveranstaltung ohne Verpflegung besucht wird bzw. nicht besucht wird. Um dies zu klären, wurde vorerst ein Chi²-Test herangezogen. Dieser Test wird bei kategorischen (nominales oder ordinales Skalenniveau) Variablen benutzt, um zu überprüfen, ob eine Abweichung zwischen der Häufigkeit der Stichprobe und der erwarteten Häufigkeit besteht. Dies bedeutet, es werden die beobachteten Häufigkeiten den erwarteten Häufigkeiten gegenübergestellt und mögliche Unterschiede erfasst.³⁵⁹

Nachstehend werden die benötigten Daten für den Test in den Tabellen aufgezeigt.

Antwort Frage 6	Männlich	Weiblich	Gesamt
ja	70	93	163
nein	13	29	42
Gesamt	83	122	205

Tabelle 10: Beobachtete Häufigkeiten Frage 6 und Frage 12 (eigene Darstellung)

Antwort Frage 6	Männlich	Weiblich	Gesamt
ja	66	97	163
nein	17	25	42
Gesamt	83	122	205

Tabelle 11: Erwartete Häufigkeiten bei perfekt unabhängigen Variablen (eigene Darstellung)

³⁵⁹ Vgl. DATatab Team (2023a): Chi²-Test. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/chi-quadrat>, o. S.

Aus vorigen Daten weist der Chi²-Test nachstehendes Resultat auf:

Chi ² -Test	
Chi ²	1,99
df	1
p-Wert	0,158

Tabelle 12: Chi²-Test Frage 6 und Frage 12 (eigene Darstellung)

Wie in der Tabelle erkennbar, liegt der p-Wert bei 0,158 und somit über dem Signifikanzniveau von 5%. Die vorliegenden Daten sind daher nicht signifikant. Ob eine Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot besucht wird oder nicht ist demnach unabhängig vom Geschlecht.

Des Weiteren wurde eine logistische Regression herangezogen. Diese ist ein Sonderfall der Regressionsanalyse und wird verwendet, wenn die abhängige Variable ein nominales Skalenniveau aufweist. Die unabhängige Variable kann dabei jedes Skalenniveau haben.³⁶⁰ Die abhängige Variable bei H1 ist der Besuch der Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot (ja oder nein = nominal), die unabhängige Variable ist das Geschlecht (weiblich oder männlich = nominal).

Die nachstehende logistische Regressionsanalyse soll den Einfluss der Geschlechter weiblich bzw. männlich auf den Besuch einer Sportveranstaltung ohne Verpflegung untersuchen, um den Wert „nein“ vorherzusagen. Der folgende Chi²-Test gibt an, dass das Modell der logistischen Regressionsanalyse als Ganzes jedoch nicht signifikant ist.

Chi ² -Test	
Chi ²	2,04
df	1
p-Wert	0,153

Tabelle 13: Ch²-Test für das Modell logistische Regression Frage 6 und Frage 12 (eigene Darstellung)

³⁶⁰ Vgl. DATatab Team (2023d): Logistische Regression. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/logistische-regression, o. S.>.

Modellzusammenfassung			
-2 Log-Likelihood	Cox & Snell R ²	Nagelkerke R ²	McFadden's R ²
205,86	0,01	0,02	0,01

Tabelle 14: Modellzusammenfassung logistische Regression Frage 6 und Frage 12 (eigene Darstellung)

Modell logistische Regression						
	Koeffizient B	Standard- fehler	z	p	Odds Ratio	95 % Konfidenzintervall
Weiblich	0,52	0,37	1,4	0,161	1,68	0,81 – 3,46
Konstante	-1,68	0,3	5,57	<0,001		
Männlich	-0,52	0,37	1,4	0,161	0,6	0,29 – 1,23
Konstante	-1,17	0,21	5,48	<0,001		

Tabelle 15: Modell logistische Regression Frage 6 und Frage 12 (eigene Darstellung)

Zur Überprüfung von H1 werden nun die dafür relevanten Daten des obigen Modells erläutert. Der Koeffizient für die Variable Geschlecht Weiblich beträgt $b = 0,52$ und ist demnach positiv. Das bedeutet, wenn eine Person weiblich ist, erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, dass die abhängige Variable „nein“ ist. Der p-Wert von 0,161 zeigt jedoch, dass dieser Einfluss statistisch nicht signifikant ist. Das Odds Ratio von 1,68 bedeutet, dass bei Frauen die Wahrscheinlichkeit, dass die abhängige Variable „nein“ ist, um das 1,68-fache erhöht wird.

Der Koeffizient für die Variable Geschlecht Männlich beträgt $b = -0,52$ und ist somit negativ. Demnach verkleinert sich die Wahrscheinlichkeit, dass die Variable „nein“ ist, wenn eine Person männlich ist. Der p-Wert liegt bei 1,61, dies zeigt, dass der Einfluss statistisch nicht signifikant ist. Das Odds Ratio von 0,06 bedeutet, dass bei Männern die Wahrscheinlichkeit, dass die abhängige Variable „nein“ ist, um das 0,6-fache erhöht wird.

Zusammenfassend geben Männer also nicht häufiger an, an einer Sportveranstaltung ohne Verpflegung nicht teilzunehmen als Frauen. H1 kann somit nicht verifiziert werden.

Hypothese 2

Hypothese 2: Frauen bevorzugen bei einer Sportveranstaltung häufiger ein vegetarisches Speiseangebot als Männer.

Hypothese 2 untersucht das bevorzugte Speiseangebot auf einer Sportveranstaltung in Bezug auf die Geschlechter. Dabei soll festgestellt werden, ob Frauen öfter ein vegetarisches Angebot wählen als Männer. Für die Auswertung werden die Frage 8 (Welches Speiseangebot bevorzugen Sie auf einer Sportveranstaltung?) mit Fokus auf die Antwort „vegetarisch“ und die Frage 12 (Geschlecht) herangezogen.

Um diese Hypothese zu testen, wurde wie zuvor eine logistische Regression durchgeführt. Die abhängige Variable bei H2 ist das bevorzugte Speiseangebot auf einer Sportveranstaltung (vegetarisch oder nicht vegetarisch = nominal), die unabhängige Variable wiederum das Geschlecht (weiblich oder männlich = nominal).

Der folgende Chi²-Test ergab, dass das Modell dieser logistischen Regression als Ganzes signifikant ist.

Chi ² -Test	
Chi ²	4,61
df	1
p-Wert	0,032

Tabelle 16: Chi²-Test für das Modell logistische Regression Frage 8 und Frage 12 (eigene Darstellung)

Modellzusammenfassung			
-2 Log-Likelihood	Cox & Snell R ²	Nagelkerke R ²	McFadden's R ²
155,14	0,02	0,04	0,03

Tabelle 17: Modellzusammenfassung logistische Regression Frage 8 und Frage 12 (eigene Darstellung)

Modell logistische Regression						
	Koeffizient B	Standard- fehler	z	p	Odds Ratio	95 % Konfidenzintervall
Weiblich	0,98	0,49	2,02	0,044	2,67	1,03 – 6,93
Konstante	-2,55	0,42	6,02	<0,001		
Männlich	-0,98	0,49	2,02	0,044	0,37	0,14 – 0,97
Konstante	-1,57	0,24	6,55	<0,001		

Tabelle 18: Modell logistische Regression Frage 8 und Frage 12 (eigene Darstellung)

Die Ergebnisse in der Tabelle werden nun interpretiert, um H2 beizubehalten oder zu widerlegen. Der Koeffizient B für die Variable Geschlecht Weiblich beträgt 0,98. Der Wert ist somit positiv, daraus kann geschlossen werden, dass bei einer weiblichen Befragten die Wahrscheinlichkeit höher ist, dass die abhängige Variable „Vegetarisch“ angegeben wird. Da der p-Wert (0,044) unter dem Signifikanzniveau von 5% liegt, ist dieser Einfluss statistisch signifikant. Das Odd Ratio sagt aus, dass bei einer weiblichen Person die Wahrscheinlichkeit, dass die abhängige Variable „Vegetarisch“ ist, um das 2,67-fache gesteigert wird.

Bei der Variable Geschlecht Männlich beträgt der Koeffizient b = -0,98 und ist negativ. Das bedeutet, dass bei einer männlichen Person die Wahrscheinlichkeit geringer ist, die abhängige Variable „Vegetarisch“ zu wählen. Der p-Wert von 0,044 bedeutet, dass dies statistisch signifikant ist. Die Wahrscheinlichkeit, dass Männer die Variable „Vegetarisch“ angeben, wird laut Odd Ratio um das 0,37-fache erhöht.

Schlussendlich kann H2 verifiziert werden. Frauen bevorzugen auf einer Sportveranstaltung häufiger ein vegetarisches Verpflegungsangebot als Männer.

Hypothese 3

Hypothese 3: Ein nachhaltiges Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung ist der Altersgruppe 20-29 wichtiger als der Altersgruppe 50-59.

Hypothese 3 beschäftigt sich mit der Nachhaltigkeit des Verpflegungsangebotes auf einer Sportveranstaltung. Es soll untersucht werden, wie die jeweiligen Altersgruppen dazu stehen. Um dies zu überprüfen, wurde die Frage 9 (Wie wichtig ist Ihnen die Nachhaltigkeit (z. B. regionaler und Bio-Produkte, Mehrweggeschirr etc.) des Verpflegungsangebotes auf einer Sportveranstaltung?) mit den Antwortmöglichkeiten „nicht wichtig bis sehr wichtig“ herangezogen. Dies konnte von den Befragten auf einer sechsstufigen Skala beantwortet werden. Die erhobenen Daten bilden die abhängige Variable. Zudem wird die Frage 13 (Alter) in Hinblick auf die Altersgruppe 20-29 und die Altersgruppe 50-59 verwendet, um mögliche Unterschiede zwischen den Gruppen zu erkennen. Die beiden Altersgruppen sind die unabhängigen Variablen.

Um den richtigen Hypothesentest auszuwählen, musste vorab geprüft werden, ob die vorhandenen Daten normalverteilt sind. Um dies festzustellen, gibt es unterschiedliche Verfahren, die gängigsten sind der Kolmogorov-Smirnov Test, der Shapiro-Wilk Test und der Anderson Darling Test. Liegt der p-Wert unter dem Signifikanzniveau von 5% (0,05), bedeutet dies, dass keine Normalverteilung vorliegt.³⁶¹

Hypothese 3: Test auf Normalverteilung			
Altersgruppe	Kolmogorov-Smirnov	Shapiro-Wilk	Anderson-Darling
20-29	0,009	<0,001	<0,001
50-59	0,038	<0,001	<0,001

Tabelle 19: Test auf Normalverteilung - Nachhaltigkeit (eigene Darstellung)

Wie in der Tabelle erkennbar, sagen alle drei Tests aus, dass die vorliegenden Daten nicht normalverteilt sind. Daher muss nun ein nichtparametrischer Test durchgeführt werden. Für diese Hypothese wird demnach der Mann-Whitney U-Test angewendet, dessen Ergebnisse in folgender Tabelle dargestellt werden.

³⁶¹ Vgl. DATatab Team (2023g): Test auf Normalverteilung. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/test-auf-normalverteilung/>, o. S.

Hypothese 3: Mann-Whitney U-Test		
Altersgruppe	Mittlerer Rang	Rangsumme
20-29	53,1	3.823,5
50-59	58,69	2.171,5
Gesamtzahl		109
Mann-Whitney U		1.195,5
z		-0,9
Asymptotisches p		0,371
exakt p		0,385

Tabelle 20: Mann-Whitney U-Test - Nachhaltigkeit (eigene Darstellung)

Der Mann-Whitney U-Test zeigt, dass der Unterschied zwischen den beiden Altersgruppen statistisch nicht signifikant ($U=1.195,4$, $p=0,385$, $r=0,09$) ist. Demnach gibt es keinen Unterschied zwischen den Altersgruppen 20-29 und 50-59 bezüglich der Variable Nachhaltigkeit. H3 kann somit nicht verifiziert werden. Der Altersgruppe 20-29 ist ein nachhaltiges Verpflegungsangebotes auf einer Sportveranstaltung nicht wichtiger als der Altersgruppe 50-59.

Abschließend wird nochmals ein Überblick über die Ergebnisse bzw. Erkenntnisse aller drei getesteten Hypothesen gegeben.

Hypothese	Ergebnis	Erkenntnis
H1: An einer Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot nicht teilzunehmen, geben Männer häufiger an als Frauen.	nicht bestätigt	Ob eine Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot besucht wird oder nicht, ist unabhängig vom Geschlecht
H2: Frauen bevorzugen bei einer Sportveranstaltung häufiger ein vegetarisches Speiseangebot als Männer.	bestätigt	Bei Frauen ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass sie ein vegetarisches Angebot bei einer Sportveranstaltung wählen.
H3: Ein nachhaltiges Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung ist der Altersgruppe 20-29 wichtiger als der Altersgruppe 50-59.	nicht bestätigt	Ein nachhaltiges Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung hat für die Altersgruppe 20-29 den gleichen Wert wie für die Altersgruppe 50-59.

Tabelle 21: Ergebnisse und Erkenntnisse der überprüften Hypothesen (eigene Darstellung)

8 Conclusio

Im letzten Kapitel dieser Arbeit werden deren relevantesten Ergebnisse aufgezeigt und zudem die Forschungsfragen beantwortet. Außerdem werden Limitationen und Handlungsempfehlungen beschrieben.

8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Die vorliegende Arbeit setzte sich mit dem Verpflegungsangebot für Besucher*innen auf Sportveranstaltungen auseinander. Dabei wurde der Fokus auf österreichische Sportevents gelegt. Laut Literatur sollte die Verpflegung unabhängig vom Ausmaß der Sportveranstaltung nicht fehlen.³⁶² Sie bleibt als bedeutender Anteil den Besucher*innen in Erinnerung.³⁶³ Im Theorienteil der Masterarbeit wurden Sportveranstaltungen grundsätzlich, die Ernährung des Menschen sowie die Verpflegung auf Sportveranstaltungen behandelt. Das Verpflegungsangebot auf einem Sportevent steht in engem Zusammenhang mit den unterschiedlichsten Ernährungsweisen der Besucher*innen und muss darauf abgestimmt werden. Der Caterer muss somit ein breites Angebot schaffen, um die Zufriedenheit aller Gäste sicherstellen zu können.³⁶⁴ Zudem spielt bei der Verpflegung der Besucher*innen auch die Nachhaltigkeit bzw. die Umwelt eine bedeutende Rolle, um auf die „Gesundheit“ des Planeten Erde zu achten und diese in Zukunft weiterhin zu fördern.³⁶⁵ Aufgrund der Theorie wurden zwei Forschungsfragen und drei Hypothesen formuliert. Anschließend wurde eine quantitative Online-Umfrage durchgeführt. Für die Stichprobe wurden in Salzburg wohnhafte Personen ausgewählt, welche bereits eine österreichische Sportveranstaltung besucht hatten. Dabei konnten Daten von gesamt 205 Personen gesammelt werden, welche den Fragebogen vollständig beendeten und in die vorgegebene Stichprobe fielen. Nach der deskriptiven Aufbereitung der Resultate folgte die Überprüfung der Hypothesen mittels statistischer Verfahren.

Die Studie ergab, dass 91% der Proband*innen bereits einmal eine Sportveranstaltung in Österreich vor Ort besucht haben. Dabei werden am häufigsten Fußballspiele, Eishockey-Matches und Ski Alpin Bewerbe verfolgt.

³⁶² Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

³⁶³ Vgl. Hoffmann-Wagner und Jostes (2021), S. 79.

³⁶⁴ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

³⁶⁵ Vgl. Die Umweltberatung (2023a), o. S.

Allgemein ist beinahe der Hälfte der Befragten die Verpflegung auf einer Sportveranstaltung eher wichtig. Dennoch würden ca. 80% auch eine Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot besuchen. Ob die Veranstaltung in diesem Fall besucht wird oder nicht ist dabei geschlechtsunabhängig.

Unser derzeitiges Essverhalten wird von gesundheitlichen, sozialen, ökologischen und ökonomischen Faktoren gesteuert.³⁶⁶ Im mittel- und nordeuropäischen Raum überwiegt heutzutage der Esstyp Omnivor, der „Allesesser“.³⁶⁷ Auch bei der Umfrage zählen sich mehr als $\frac{3}{4}$ der Teilnehmer*innen zu den Omnivoren. Dies unterstreicht, dass das Verpflegungsangebot auf einem Sportevent aus einer Vielfalt an abwechslungsreichen Speisen und Getränken bestehen muss.

8.2 Beantwortung der Forschungsfragen

Im Zuge der Theorie sowie der Empirie dieser Masterarbeit können nachstehend die Forschungsfragen beantwortet werden.

Forschungsfrage 1: Welche Erwartungen haben Besucher*innen an das Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung?

Die Erwartungen an den Caterer werden zunehmend höher. Bei Sportevents wie beispielsweise dem Vienna City Marathon verlangen die Besucher*innen wie bereits erwähnt, eine große Auswahl an Gerichten und Getränken.³⁶⁸ Das Angebot soll von traditionellen über regionale bis hin zu internationalen Speisen reichen.³⁶⁹ Obwohl der Ernährungstyp Omnivor eindeutig überwiegt und die Verpflegung vieler Veranstaltungen auf diesem basiert, dürfen Angebote für Flexitarier, Vegetarier und Veganer nicht außer Acht gelassen werden. Im Jahr 2021 zählten 11% der Österreicher*innen sich zu den Vegetariern bzw. Veganern.³⁷⁰

Laut der durchgeführten quantitativen Studie ist dem Großteil der Proband*innen die Verpflegung auf einer Sportveranstaltung wichtig. Wobei die Getränke mehr an Bedeutung

³⁶⁶ Vgl. Brombach und Duesing (2021), S. 8.

³⁶⁷ Vgl. Zukunftsinstitut GmbH (2023a), o. S.

³⁶⁸ Vgl. sport-österreich (2023), o. S.

³⁶⁹ Vgl. Hettler und Luppold (2019), S. 7.

³⁷⁰ Vgl. Statista GmbH (2022a), o. S.

haben als die Speisen. Während nur 16,1% der Studienteilnehmer*innen sehr häufig eine Speise auf einem Sportevent konsumieren, wird ein Getränk im Gegensatz dazu von 52,2% sehr häufig konsumiert.

Beim Speiseangebot wird deutlich die Mischkost (85,4%) bevorzugt. Ein kleiner Teil (13,2%) wählt vegetarische Speisen, wobei hier der Anteil der Frauen überwiegt. Vegane Gerichte werden nur von sehr wenigen Personen der Befragten gewünscht.

Zudem mussten die Proband*innen zum zuvor geäußerten Thema Nachhaltigkeit auch in der Umfrage Stellung nehmen. Zur Nachhaltigkeit des Verpflegungsangebotes auf einer Sportveranstaltung zählen z. B. die Verwendung regionaler sowie biologischer Produkte oder Mehrweggeschirr etc. Für die Befragten hat die Nachhaltigkeit in diesem Zusammenhang eine große Bedeutung. Ca. 30% empfinden diese als sehr wichtig und ca. 45% als eher wichtig.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Verpflegungsangebot für die Besucher*innen einer Sportveranstaltung relevant ist und dieses auf alle Ernährungstypen abgestimmt werden muss. Nach der Interpretation der Erkenntnisse der ersten Forschungsfrage wird nun auf die zweite eingegangen.

Forschungsfrage 2: Welche Ansprüche haben Besucher*innen an das zukünftige Verpflegungsangebot bei einer Sportveranstaltung?

Laut der EssZuk-Studie liegt der österreichischen Bevölkerung bei ihrer Ernährung die eigene Gesundheit, die Nachhaltigkeit und die Regionalität am Herzen.³⁷¹ Zu den Ernährungstrends des Jahres 2023 zählen u. a. auch die Online-Ernährungsberatung, der Flexitarismus und Veganismus, Convenience Food und die bewusste Ernährung hinsichtlich persönlicher Ressourcen.³⁷² Der heutige „klassische Omnivor“ wird durch den „Real Omnivor“ ersetzt werden. Der Real Omnivor nimmt eine noch größere Menge an neuen Nahrungsmitteln zu sich, ohne dabei auf bestimmte Produkte zu verzichten. Es wird versucht werden so viele Nahrungsmittel wie nur möglich unter Berücksichtigung einer ausgeglichenen und nachhaltigen Ernährung auf den Speiseplan zu schreiben. Die Palette wird sich von Gemüse, Getreide, Hülsenfrüchten über Pilze, Algen, Kräuter,

³⁷¹ Vgl. Brombach und Duesing (2021), S. 26.

³⁷² Vgl. Nutrion Hub (2023), o. S.

pflanzenbasiertes Essen bis hin zum Verwerten des „gesamten“ Tieres erstrecken.³⁷³ All diese Punkte werden sich folglich auch im zukünftigen Verpflegungsangebot einer Sportveranstaltung widerspiegeln.

Bei der Online-Umfrage gaben sehr viele Personen (113) an, dass sie sich in Zukunft mehr Regionalität beim Verpflegungsangebot auf einer Sportveranstaltung wünschen. Über 70 Personen fordern jeweils mehr Auswahl an Speisen und mehr vegetarische Gerichte. Beinahe 70 der Proband*innen erwarten sich zukünftig mehr Bioqualität. Ca. ¼ der Befragten wollen weniger alkoholische Getränke bzw. weniger Fleisch. Eher weniger Wert wird auf mehr vegane Gerichte, mehr Süßspeisen und mehr alkoholische Getränke gelegt.

8.3 Limitationen

Im folgenden Kapitel wird die Masterarbeit kritisch bewertet und Bezug zu Limitationen genommen.

Zu Beginn ist anzumerken, dass aufgrund fehlender Ressourcen für die Studie weder eine volle Datenerhebung für ganz Österreich möglich war noch eine Vollerhebung der vorgegebenen Grundgesamtheit. Daher konnte nur eine Stichprobe bestehend aus Salzburger*innen befragt werden. Zudem war die Aufteilung der Geschlechter nicht ausgewogen. 60% der Teilnehmer*innen waren Frauen und nur 40% davon Männer. Außerdem gab es bei den Altersgruppen einen Überschuss an 20-29-Jährigen (35%).

Der Online-Fragebogen wurde u. a. auf WhatsApp und Instagram geteilt. Durch das Schneeballsystem konnten die Teilnehmer*innen nicht immer auf die vorab definierte Zielgruppe eingeschränkt werden, letztendlich entsprachen somit einige nicht der Stichprobe mussten trotz vollständig ausgefüllter Umfrage ausgeschlossen werden.

Um noch genauere Ergebnisse zu erzielen, hätten einige Fragestellungen noch spezifischer sein können. Beispielsweise wurde bei Frage 6 (Würden Sie eine Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot besuchen?) die Dauer der Veranstaltung nicht angegeben. Ob eine Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot besucht werden würde oder nicht ist möglicherweise abhängig von der Zeitspanne des Sportevents.

³⁷³ Vgl. Zukunftsinstutit GmbH (2023a), o. S.

Schlussendlich wurde bei der bisherigen Forschung der Fokus der Verpflegung wenig auf Sportveranstaltungen bzw. noch weniger auf österreichische Sportveranstaltungen gelegt. Daher ist es schwer möglich die Ergebnisse aktueller Studien speziell dem Eventtyp Sportveranstaltung bzw. Österreich anzulegen.

8.4 Handlungsempfehlungen und Forschungsausblick

Wie mehrfach erläutert, existieren zu dem Forschungsgebiet dieser Masterarbeit noch wenige Erkenntnisse. Die Ergebnisse dieser Arbeit sollen die Grundlage für weitere Studien dieser Thematik sein, um den Besucher*innen einer Sportveranstaltung das perfekte Verpflegungsangebot bieten zu können. Neben Umfragen könnten zudem Experimente zur Verpflegung bei einer Sportveranstaltung durchgeführt werden, beispielsweise welche Speisen und Getränke mehr oder weniger von den Besucher*innen angenommen werden.

Die Erwartungen an das Verpflegungsangebot verändern sich aufgrund der wandelnden Ernährungsweisen der Menschen immer wieder. Daher muss auch in der Literatur stets die Aktualität zum Thema bewahrt werden.

Es gibt sehr viele Forschungserkenntnisse zur Ernährung des Menschen selbst und einige zur Eventverpflegung. Letztere beziehen sich aber oft auf alle Veranstaltungstypen, wie etwa Kultur-, Kunst-, Sport- Business- und Musikveranstaltungen. Es wird also kaum auf einen speziellen Veranstaltungstyp eingegangen. Nicht nur die Verpflegung bei Sportveranstaltungen sollte genauer betrachtet werden, sondern auch die aller anderen Typen, um Erkenntnisse über mögliche Unterschiede zu gewinnen. Zudem sollte das Hauptaugenmerk mehr auf das Land Österreich gelegt werden.

Das Forschungsgebiet dieser Arbeit wirft noch viele weitere Fragen auf: Welche Rolle spielt der Preis von Speisen und Getränken für die Besucher*innen? Welchen Preis wären die Besucher*innen bereit zu zahlen/nicht zu bezahlen? Welche Art der Essensausgabe wird bevorzugt (Bedienung am Tisch, Food-Trucks, Buffet, Automaten etc.)? Welche Getränke werden bevorzugt? Gibt es je nach Sportart Unterschiede bezüglich der Erwartungen an das Verpflegungsangebot (z. B. Fußball verglichen mit Eishockey)? Diese und noch weitaus mehr Fragen sollten in weiteren Studien beantwortet werden.

Außerdem werden bei Sportveranstaltungen nicht nur die Besucher*innen verpflegt sondern auch die Sportler*innen selbst. Deren Erwartungen und Bedürfnisse würden einen weiteren Forschungsansatz zur Thematik bieten.

Literaturverzeichnis

Ach, Johann S.; Borchers, Dagmar (2018): Handbuch Tierethik. Grundlagen - Kontexte - Perspektiven. Berlin: J.B. Metzler.

Adam, Norbert (2011): Bundes Sport Organisation. Sechs erfolgreiche Jahrzehnte für Österreichs Sport. Wien: Österreichische Bundes-Sportorganisation.

Banis, Davide (2018): Everything Is Ready To Make 2019 The "Year Of The Vegan". Are you? Online verfügbar unter <https://www.forbes.com/sites/davidebanis/2018/12/31/everything-is-ready-to-make-2019-the-year-of-the-vegan-are-you/?sh=56c6a2cc57df>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Baur, Priska; Schluep, Isabelle; Minsch, Jürg (2017): Trends im Bedürfnisfeld Ernährung. Treiber und Hemmnisse auf dem Weg zu ressourcenleichten Esskulturen. In: *NOVANIMAL*, Working Paper No. 1, S. 1–54.

Behringer, Wolfgang (2012): Kulturgeschichte des Sports. Vom antiken Olympia bis zur Gegenwart. 1. Aufl. München: Beck.

Benner, Gerd (1992): Risk Management im professionellen Sport. Auf der Grundlage von Ansätzen einer Sportbetriebslehre. Bergisch Gladbach: Eul.

Berke, Alex; Larson, Kent (2023): The negative impact of vegetarian and vegan labels: Results from randomized controlled experiments with US consumers. In: *Appetite* Vol. 188, S. 1–19.

Bernhart, Josef (2012): Management der Nachhaltigkeit von Gemeinden. Bozen: Eurac Research.

Bierstedt, Rainald (2013): OLYMPISCHE SPIELE UND GOLF. Beiträge zur Verbreitung der Olympischen Idee im Juniorgolfspor, Teil 1. Norderstedt: Books on Demand.

Bowdin, G. A. J. (2011): Events Management. 3. Aufl. Amsterdam, Boston: Events management series.

Bracht, Petra (2019): Intervallfasten. Für ein langes Leben - vegan, schlank und gesund: 8 Stunden Essen, 16 Stunden Fasten. 1. Aufl. München: Gräfe und Unzer.

Braunecker, Claus (2016): How to do Empirie, how to do SPSS. Eine Gebrauchsanleitung. Wien: facultas.

Brombach, Christine (2021): Ernährungsmuster im Verlauf der Generationen: Generation X-Z. Online verfügbar unter <https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/23627>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Brombach, Christine; Dusing, Anja (2021): Essen der Zukunft: Wer oder was bestimmt die Ernährung von morgen? Zürich: Heinz Lohmann Stiftung.

Bundesministerium des Innern und für Heimat (2023a): Sportgroßveranstaltungen. Online verfügbar unter <https://www.bmi.bund.de/DE/themen/sport/sportgrossveranstaltungen/sportgrossveranstaltungen-node.html>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Bundesministerium des Innern und für Heimat (2023b): Sportgroßveranstaltungen in Deutschland. Online verfügbar unter <https://www.bmi.bund.de/DE/themen/sport/sportgrossveranstaltungen/sportgrossveranstaltungen-in-deutschland/sportgrossveranstaltungen-in-deutschland-node.html>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (2021): Sportbericht 2020. Wien: Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport.

Dahlke, Rüdiger (2018): Richtig essen. Der ganzheitliche Weg zu gesunder Ernährung. München: dotbooks Verlag.

DATAtab Team (2023a): Chi²-Test. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/chi-quadrat>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

DATAtab Team (2023b): Hypothesen. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/hypothesen>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

DATAtab Team (2023c): Hypothesentest. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/hypothesentest>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

DATAtab Team (2023d): Logistische Regression. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/logistische-regression>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

DATAtab Team (2023e): Skalenniveau. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/skalenniveau>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

DATAtab Team (2023f): Startseite. Online verfügbar unter <https://datatab.de/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

DATatab Team (2023g): Test auf Normalverteilung. Online verfügbar unter <https://datatab.de/tutorial/test-auf-normalverteilung>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Derbyshire, Emma J. (2017): Flexitarian Diets and Health: A Review of the Evidence-Based Literature. In: *Frontiers in nutrition*, Vol. 3, S. 1–8.

Deutscher Olympischer Sportbund (2023): Green Champions 2.0. für nachhaltige Sportveranstaltungen. Online verfügbar unter https://www.green-champions.de/fileadmin/user_upload/DOSB_Flyer_GreenChampions.pdf, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Die Umweltberatung (2009): Tipps und Angebote für abfallarme Veranstaltungen in Wien. Wien: Wiener Umweltschutz Abteilung.

Die Umweltberatung (2023a): Nachhaltige Eventverpflegung. Online verfügbar unter <https://www.oekoevent.at/nachhaltige-eventverpflegung>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Die Umweltberatung (2023b): ÖkoEvents tragen zu einer Trendwende beim Essen bei. Online verfügbar unter <https://www.oekoevent.at/oekoevent-verpflegung-tierwohl>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Döring, Nicola; Bortz, Jürgen (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Elmadfa, Ibrahim (2020): Ernährung des Menschen. 6. Aufl. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer.

Fadani, Andrea (2014): Die Geschichte der Welternährung. Online verfügbar unter <https://www.bpb.de/themen/globalisierung/welternaehrung/181643/die-geschichte-der-welternaehrung/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

FAIRTRADE Österreich (2023a): Aufgaben. Was wir tun auf einen Blick. Online verfügbar unter <https://www.fairtrade.at/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

FAIRTRADE Österreich (2023b): FAIRTRADE-Standards. Die Spielregeln des fairen Handels. Online verfügbar unter <https://www.fairtrade.at/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

FAIRTRADE Österreich (2023c): Wer wir sind. FAIRTRADE Österreich vergibt in Österreich das FAIRTRADE-Siegel für Produkte. Online verfügbar unter <https://www.fairtrade.at/fairtrade-oesterreich/wer-wir-sind>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Ferdinand, Nicole; Kitchin, Paul J. (2012): Events Management. An International Approach. Los Angeles: SAGE.

Fürweger, Wolfgang (2019): Die Red Bull Story. Der unglaubliche Erfolg des Dietrich Mateschitz. 1. Aufl. Wien: Haymon Verlag.

Goldenstein, Jan; Hunoldt, Michael; Walgenbach, Peter (Hg.) (2018): Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Graça, João; Godinho, Cristina A.; Truninger, Monica (2019): Reducing meat consumption and following plant-based diets: Current evidence and future directions to inform integrated transitions. In: *Trends in Food Science & Technology*, Vol. 91, S. 380–390.

Häder, Michael; Häder, Sabine (2019): Stichprobenziehung in der quantitativen Sozialforschung. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 333–348.

Hans-Peter Willig (2023): Ernährung des Menschen. Online verfügbar unter https://www.biologie-seite.de/Biologie/Ern%C3%A4hrung_des_Menschen#cite_ref-ElmaLeitz_1-0, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Hettler, Florian; Luppold, Stefan (2019): Event-Catering in der Live Communication: Essen und Trinken als bedeutendes Veranstaltungselement. Wiesbaden: Springer Nature; Springer Gabler.

Hoffmann-Wagner, Kerstin; Jostes, Gudrun (Hg.) (2021): Barrierefreie Events. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Huba, Karl-Heinz (2007): Fußball-Weltgeschichte. Bilder, Daten, Fakten von 1846 bis heute. München: Copress-Verlag.

International Olympic Comitee (2023): History. Online verfügbar unter <https://olympics.com/ioc>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Jäger, Dieter (2021): Grundwissen Eventmanagement. Tübingen: A. Francke Verlag.

Johannes Kepler Universität Linz (JKU), Institut für Digital Business (2023): Sportgeschichte. Online verfügbar unter <https://www.oesterreich.com/de/sport/geschichte-sport>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Kern, Alexandra (2022): Ernährung der Steinzeit als Vorbild? Online verfügbar unter <https://www.zentrum-der-gesundheit.de/ernaehrung/ernaehrungsformen/weitere-ernaehrungsformen/ernaehrung-steinzeit-ia>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Knaapila, Antti; Michel, Fabienne; Jouppila, Kirsi; Sontag-Strohm, Tuula; Piironen, Vieno (2022): Millennials' Consumption of and Attitudes toward Meat and Plant-Based Meat Alternatives by Consumer Segment in Finland. In: *Foods (Basel, Switzerland)* , Vol. 11 (Nr. 3), S. 1–22.

Kromrey, Helmut (2009): Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. 12. Aufl. Stuttgart: utb GmbH.

Land Salzburg (Hg.) (2023): SportLand Salzburg. Online verfügbar unter <https://www.salzburg.gv.at/themen/salzburg/das-ist-salzburg/sportland>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Leitzmann, Claus; Cannon, Geoffrey (2006): Die Gießener Erklärung zum Projekt "Die Neue Ernährungswissenschaft". In: *Ernährungs-Umschau*, Vol. 53 (Heft 6), S. 40–43.

Leitzmann, Claus; Keller, Markus (2020): Vegetarische und vegane Ernährung. 4. Aufl. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer.

Modlinska, Klaudia; Adamczyk, Dominika; Maison, Dominika; Pisula, Wojciech (2020): Gender Differences in Attitudes to Vegans/Vegetarians and Their Food Preferences, and Their Implications for Promoting Sustainable Dietary Patterns—A Systematic Review. In: *Sustainability* , Vol. 12 (Nr. 16), S. 1–17.

Möhring, Wiebke; Schlütz, Daniela (2019): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Müller, Claudia (2022): Nachhaltig Essen und Trinken auf Veranstaltungen – so geht's. Online verfügbar unter <https://landeszentrum-bw.de/Lde/Startseite/wissen/nachhaltig-essen-und-trinken-auf-veranstaltungen>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Myers, Samuel S.; Gaffkin, Lynne; Golden, Christopher D.; Ostfeld, Richard S.; Redford, Kent H.; Ricketts, Taylor H. et al. (2013): Human health impacts of ecosystem alteration.

In: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, Vol. 110 (Nr. 47), S. 18753–18760.

Ng Fat, Linda; Shelton, Nicola; Cable, Noriko (2018): Investigating the growing trend of non-drinking among young people; analysis of repeated cross-sectional surveys in England 2005-2015. In: *BMC public health*, Vol. 18 (Nr. 1), S. 1–10.

Nutrition Hub (2023): Die Zukunft ist flexitarisch: Die 10 TOP Ernährungstrends 2023. Online verfügbar unter <https://www.nutrition-hub.de/post/trendreport-ernaehrung-10-top-trends-2023>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Pepels, Werner (2015): Einführung in die Marktforschung. Berlin: Dunker & Humblot GMBH.

Qualtrics LLC (Hg.) (2023): Quantitative Forschung. Online verfügbar unter <https://www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/quantitative-forschung/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Raab-Steiner, Elisabeth; Benesch, Michael (2015): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.

Red Bull GmbH (2023a): Geschichte von Red Bull. Online verfügbar unter <https://www.redbull.com/at-de/energydrink/red-bull-geschichte>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Red Bull GmbH (2023b): Wings for Life World Run. Laufformat: Unsere Mission: Dieser Lauf ist einzigartig. Online verfügbar unter <https://www.wingsforlifeworldrun.com/de/laufformat>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Rosenfeld, Daniel L.; Rothgerber, Hank; Tomiyama, A. Janet (2020): Mostly Vegetarian, But Flexible About It: Investigating How Meat-Reducers Express Social Identity Around Their Diets. In: *Social Psychological and Personality Science*, Vol. 11 (Nr. 3), S. 406–415.

Rozin, Paul; Hormes, Julia M.; Faith, Myles S.; Wansink, Brian (2012): Is Meat Male? A Quantitative Multimethod Framework to Establish Metaphoric Relationships. In: *J Consum Res*, Vol. 39 (Nr. 3), S. 629–643.

Saari, Ulla A.; Herstatt, Cornelius; Tiwari, Rajnish; Dedeayir, Ozgur; Mäkinen, Saku J. (2021): The vegan trend and the microfoundations of institutional change: A commentary

on food producers' sustainable innovation journeys in Europe. In: *Trends in Food Science & Technology*, Vol. 107, S. 161–167.

Schenk, Dunja (2018): Chefsache Assistenz. Effiziente Chefentlastung im Office 4.0. Wiesbaden: Springer Gabler.

Schuld, Yvonne (2010): Veranstalterhaftung im Laufsport. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.

Social Tables (2023): The True Role of Food & Beverage in Meetings and Events. Online verfügbar unter <https://www.socialtables.com/blog/catering/role-food-and-beverage/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

sport-österreich (2023): Catering für Sportevents: So gelingt es bestimmt. Online verfügbar unter <https://www.sport-oesterreich.at/catering-fuer-sportevents>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2022a): Anzahl der Vegetarier, Veganer und Flexitarier in Österreich 2021. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/709815/umfrage/anzahl-der-vegetarier-veganer-und-flexitarier-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2022b): Beliebteste Marken im Bereich Fruchtsäfte und Vitaminsäfte in Österreich 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/630190/umfrage/beliebteste-marken-im-bereich-fruchtsaefte-und-vitaminsaepte-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2022c): Konsumhäufigkeit ausgewählter Getränke in Österreich 2016. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/1066232/umfrage/konsumhaeufigkeit-ausgewaelter-getraenke-in-oesterreich/>, zuletzt aktualisiert am 23.08.2023.

Statista GmbH (2022d): Umfrage zu Essgewohnheiten in Österreich bis 2021. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/503929/umfrage/umfrage-zu-essgewohnheiten-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2022e): Vegetarier und Veganer in Österreich nach soziodemografischen Merkmalen 2017. Online verfügbar unter <https://de-statista>

com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/742331/umfrage/vegetarier-und-veganer-in-oesterreich-nach-soziodemografischen-merkmalen/, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2023a): Absatz von Fruchtsaft in Österreich bis 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287159/umfrage/absatz-von-fruchtsaft-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2023b): Absatz von Fruchtsaft in Österreich nach Art 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287161/umfrage/absatz-von-fruchtsaft-in-oesterreich-nach-sorten/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2023c): Absatz von Limonade in Österreich nach Sorten von 2005 bis 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287239/umfrage/absatzverteilung-von-limonade-in-oesterreich-nach-sorten/#statisticContainer>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2023d): Pro-Kopf-Konsum von Bier in Österreich bis 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/285719/umfrage/pro-kopf-konsum-von-bier-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2023e): Pro-Kopf-Konsum von Mineralwasser in Österreich in den Jahren 1970 bis 2022. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287196/umfrage/pro-kopf-verbrauch-von-mineralwasser-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statista GmbH (2023f): Pro-Kopf-Konsum von Wein in Österreich bis 2021/22. Online verfügbar unter <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/287274/umfrage/pro-kopf-konsum-von-wein-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Statistik Austria (2023): Bevölkerung zu Jahres-/Quartalsanfang. Online verfügbar unter <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/bevoelkerung/bevoelkerungsstand/bevoelkerung-zu-jahres-/quartalsanfang>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Svensson, Johan; Andersson, Dan-Erik (2016): What Role Do Changes in the Demographic Composition Play in the Declining Trends in Alcohol Consumption and the Increase of Non-drinkers Among Swedish Youth? A Time-series Analysis of Trends in Non-drinking and Region of Origin 1971-2012. In: *Alcohol and alcoholism* (Oxford, Oxfordshire), Vol. 51 (Nr. 2), S. 172–176.

Universität Leipzig (2023): Qualitativ vs. quantitativ. Online verfügbar unter <https://home.uni-leipzig.de/methodenportal/qualivsquanti/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Verain, Muriel C.D.; Bartels, Jos; Dagevos, Hans; Sijtsema, Siet J.; Onwezen, Marleen C.; Antonides, Gerrit (2012): Segments of sustainable food consumers: a literature review. In: *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 36 (Nr. 2), S. 123–132.

Vittersø, Gunnar; Tangeland, Torvald (2015): The role of consumers in transitions towards sustainable food consumption. The case of organic food in Norway. In: *Journal of Cleaner Production*, Vol. 92, S. 91–99.

Weichbold, Martin (2022): Pretests. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 443–451.

Wirtschaftsforum (2023): Red Bull – die Erfolgsgeschichte aus Österreich. Online verfügbar unter <https://www.wirtschaftsforum.de/red-bull>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Wolski, Werner; Dralle, Anette (2018): PONS Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. 110.000 Stichwörter, Wendungen und Beispielsätze. 1. Aufl. Stuttgart: PONS.

World Health Organization (2023): Nutrition. Online verfügbar unter https://www.who.int/health-topics/nutrition#tab=tab_1, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Wu, Yanhong; Yang, Shaohua; Liu, Danping (2023): The effect of social media influencer marketing on sustainable food purchase: Perspectives from multi-group SEM and ANN analysis. In: *Journal of Cleaner Production*, Vol. 416, S. 1–14.

Zukunftsinsttitut GmbH (2023a): Real Omnivore: Der Esstyp der Zukunft. Online verfügbar unter <https://www.zukunftsinsttitut.de/artikel/food/real-omnivore-esstyp-der-zukunft/>, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Zukunftsinsttitut GmbH (2023b): Was bedeutet „gesunde Ernährung“ für die Generationen Y und Z? Online verfügbar unter <https://www.zukunftsinsttitut.de/artikel/food/neues->

verstaendnis-von-gesunder-ernaehrung-bei-generation-y-und-z/, zuletzt geprüft am 23.08.2023.

Anhang I - Fragebogen

Verpflegungsangebot auf Sportveranstaltungen in Österreich

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

im Rahmen meiner Masterarbeit an der FH St. Pölten führe ich eine Umfrage zum Thema kulinarische Verpflegung auf Sportveranstaltungen in Österreich aus der Sicht der Besucher*innen durch.
Dabei wird auf die persönlichen Erfahrungen und Erwartungen eingegangen. Bitte füllen Sie den Fragebogen ehrlich und vollständig aus.

Die Umfrage dauert ca. 5 Minuten und ist anonym.

Bei Fragen kontaktieren Sie mich gerne unter: mev224303@fhstp.ac.at

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Bettina Scheffenacker

Haben Sie schon einmal eine Sportveranstaltung in Österreich vor Ort besucht? *

- ja, häufig
- ja, gelegentlich
- ja, aber selten
- nein, noch nie

Welche Sportveranstaltungen (nach Sportarten) besuchen Sie? *



Mehrfachauswahl möglich

- Fußball
- Eishockey
- Tennis
- Ski Alpin (Abfahrt, Super G, Riesenslalom, Slalom, Alpine Kombination)
- Nordischer Skisport (Langlauf, Skispringen, Nordische Kombination)
- Volleyball
- Handball
- Basketball
- Pferdesport
- Leichtathletik
- Radsport
- Schwimmen
- American Football
- Sonstiges:

Wie wichtig ist Ihnen die Verpflegung auf einer Sportveranstaltung? *

	1	2	3	4	5	6	
nicht wichtig	<input type="radio"/>	sehr wichtig					

Wie häufig konsumieren Sie auf einer Sportveranstaltung eine Speise? *

	1	2	3	4	5	6	
nie	<input type="radio"/>	sehr häufig					

Wie häufig konsumieren Sie auf einer Sportveranstaltung ein Getränk? *

	1	2	3	4	5	6	
nie	<input type="radio"/>	sehr häufig					

Würden Sie eine Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot besuchen? *

- ja
 nein

Welcher Ernährungstyp sind Sie? *

- Omnivor (Allesesser)
 Vegetarier
 Veganer
 Flexitarier (Vegetarier, isst nur zu besonderen Anlässen Fleisch)
 Sonstiges:

Welches Speiseangebot bevorzugen Sie auf einer Sportveranstaltung? *



- Mischkost
- Vegetarisch
- Vegan

Wie wichtig ist Ihnen die Nachhaltigkeit (z. B. regionale und Bio-Produkte, Mehrweggeschirr etc.) des Verpflegungsangebotes auf einer Sportveranstaltung? *



1 2 3 4 5 6

nicht wichtig

sehr wichtig

Wie soll das zukünftige Verpflegungsangebot auf Sportveranstaltungen aussehen? *



Mehrfachauswahl möglich

- weniger Fleisch
- mehr vegetarische Gerichte
- mehr vegane Gerichte
- mehr Auswahl an Speisen
- mehr Auswahl an Getränken
- weniger alkoholische Getränke
- mehr alkoholische Getränke
- mehr Süßspeisen
- mehr Bioqualität
- mehr Regionalität
- Sonstiges:

Wohnen Sie im Bundesland Salzburg? *

ja

nein

Bitte geben Sie ihr Geschlecht an: *

Männlich

Weiblich

Divers

Bitte geben Sie ihr Alter an: *

unter 20

20-29

30-39

40-49

50-59

60-69

über 69

Bitte geben Sie Ihre höchste abgeschlossene Schulbildung an: *

kein Schulabschluss

Pflichtschule

Lehre

Matura

Universität/Hochschule



Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Sie sind nun am Ende der Umfrage angelangt. Ich bedanke mich recht herzlich für Ihre Zeit und Ihre ehrlichen Antworten.

Sollten Sie noch Fragen haben, kontaktieren Sie mich gerne unter: mev224303@fhstp.ac.at

Anhang II – Exposé

Familienname	Scheffenacker	
Vorname	Bettina	
Matrikelnummer	mev224303	
Mailadresse	mev224303@fhstp.ac.at	
Telefonnummer	+43 650 742 6842	
Name Betreuer/in	Prof. (FH) Mag. Harald Rametsteiner	Bestätigung durch Unterschrift der betreuenden Person:
Thema	<p align="center">Die Bedeutung von kulinarischer Verpflegung für Besucher*innen einer Sportveranstaltung</p>	
Zielsetzung	<p>Ziel der Arbeit ist es, zu eruieren, welchen Wert Speisen und Getränke für Besucher*innen auf Sportveranstaltungen haben. Dieses Wissen soll Aufschluss darüber geben, was den Gästen am wichtigsten beim Verpflegungsangebot ist. Folglich soll aufgrund dieser Erkenntnisse das optimale Verpflegungsangebot für Besucher*innen auf Sportevents erstellt werden.</p>	

	<p>werden.</p> <p>Der Theorienteil der Masterarbeit beleuchtet den derzeitigen Forschungsstand und die Theorie wird kritisch betrachtet. Daraus leiten sich die Forschungsfrage sowie die Hypothesen ab.</p> <p>Im empirischen Teil sollen mittels eines Online-Fragebogens Ergebnisse gewonnen werden, welche die Theorie bestärken. Anschließend soll die Forschungsfrage beantwortet werden und die abgeleiteten Hypothesen belegt werden.</p>
Problemstellung/ Forschungsfrage	<p>Essen und Trinken gehören zu den Grundbedürfnissen des Menschen, deshalb muss auch auf Sportveranstaltungen der Hunger und Durst der Besucher*innen gestillt werden.³⁷⁴ Das Verpflegungsangebot einer Veranstaltung gehört zu den wichtigsten Bestandteilen dieser, welche den Gästen in Erinnerung bleibt.³⁷⁵ Speisen und Getränke auf einer Veranstaltung sollen dabei nicht nur für ein Sättigungsgefühl der Besucher*innen sorgen – sie sind Teil des Erlebnisses. Denn wäre das Ziel der Essens- und Getränkeausgabe eines Events rein das Füllen der Mägen der Besucher*innen, wäre es auch finanziell betrachtet vermutlich günstiger, den Gästen Bargeld oder Gutscheine für das nächstgelegene Fast-Food Restaurant auszuhändigen.³⁷⁶</p> <p>Das Catering ist für den Veranstalter selbst hinsichtlich der Erlöse, welche somit erreicht werden, wesentlich, da dies wiederum ausschlaggebend für die Gesamtfinanzierung ist. Die Herstellung, Verarbeitung, Transport und Entsorgung der Nahrungsmittel bewirkt jedoch eine enorme Umweltbelastung.³⁷⁷</p> <p>Ein umweltfreundliches Catering muss weit im Voraus geplant und vorbereitet werden. Ist der Veranstalter selbst für das Catering verantwortlich, bedeutet dies einerseits einen höheren organisatorischen</p>

³⁷⁴ Vgl. Roth, R. et al. (2015)

³⁷⁵ Vgl. Stadt Wien, Hrsg. (2023)

³⁷⁶ Vgl. Socialtables, Hrsg. (2023)

³⁷⁷ Vgl. Roth et al. (2015)

	<p>Aufwand, andererseits ist die Zusammenstellung des kulinarischen Angebots einfacher als beim Heranziehen von externen Cateringfirmen. Soll das Angebot zugunsten der Umwelt sein, muss das klar und deutlich bei der Auftragserteilung kommuniziert werden.³⁷⁸</p> <p>ÖkoEvents sind die Zukunft. Ein Verpflegungsangebot mit vegetarischen Spezialitäten und tierischer Ware, welche aus Tieren aus tierfreundlicher Haltung produziert wird, wird von den Besucher*innen gelobt und sorgt für ein positives Aufsehen.³⁷⁹</p> <p>Nachstehende Punkte sind laut der „Stadt Wien“ besonders wichtig für eine umweltbewusste Eventverpflegung:</p> <p><u>1. Angebot von vegetarischen und veganen Speisen</u></p> <p>Die Anzahl der Menschen, welche den Konsum von tierischen Produkten reduzieren, wird immer höher. Bereits 11 % der Österreicher*innen setzen auf vegetarische oder vegane Ernährung.³⁸⁰</p> <p><u>2. Menge der tierischen Produkte verringern</u></p> <p>Wird der Anteil von Fleisch und verarbeiteten Milchprodukten reduziert, erhöht dies die Chance auf ein Bio-Angebot. Nicht bei allen Events wird der absolute Verzicht auf Fleischgerichten und tierischen Produkten verlangt. Auch geringere Fleisch- und Käseportionen tragen zu einem kleineren ökologischen Fußabdruck bei und verkleinern zugleich den tierischen Abfall.³⁸¹</p> <p><u>3. Bio-Produkte bei Fleisch, Milch und Eiern anbieten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fleisch in Bio-Qualität wird bevorzugt, da bei diesem der Anspruch an die Tierhaltung höher ist und die Tiere eine bessere Lebensqualität genießen können. • Bei Bio-Fleisch von Bauern, welche Ab Hof Schlachtungen umsetzen
--	---

³⁷⁸ Vgl. Roth et al. (2015)

³⁷⁹ Vgl. Stadt Wien, Hrsg. (2023)

³⁸⁰ Vgl. Stadt Wien, Hrsg. (2023)

³⁸¹ Vgl. Stadt Wien, Hrsg. (2023)

	<p>werden somit Tiertransporte ausgeschlossen, was sich wiederum positiv auf das Stressniveau der Tiere auswirkt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auch bei Eiern sowie Milchprodukten sollte auf die Bio-Qualität geachtet werden. Diese Produkte stehen für eine tierfreundliche Haltung und eine höhere Lebensqualität.³⁸² <p><u>4. Die Gütesiegel</u></p> <p>Es gibt unterschiedliche Siegel, welche Produkte aus tiergerechter Haltung kennzeichnen. Einige mit einem Gütesiegel verliehenen Produkte übertreffen die gesetzlichen Mindeststandards in Hinblick auf das Tierwohl und sind strikter als die Bio-Vorschriften.³⁸³</p> <p>Laut einer Studie der <i>Heinz Lohmann Stiftung</i> aus dem Jahr 2021, welche „die Zukunft unserer Ernährung“ behandelt, haben die Kosument*innen eindeutige Meinungen. Am meisten wird darauf bestanden, mehr Gemüse und weniger Fleisch zu essen. Jedoch scheitert es oft an der Umsetzung im Alltag. Durch eine Preissteigerung bei Fleischprodukten oder die Bestimmung eines Mindestpreises für regionales Fleisch könnte dem entgegen gewirkt werden. Zudem sollten auch im Handel viele regionale Produkte offeriert werden.³⁸⁴</p> <p>Die Zukunft unseres Essverhaltens wird auch die Zukunft des Verpflegungsangebotes auf Sportveranstaltungen beeinflussen, dies sollte darum unbedingt bei der Eventverpflegung beachtet werden.</p> <p>Um feststellen zu können, welche Bedürfnisse die Besucher*innen gegenüber dem Verpflegungsangebot haben, soll folgende Hauptforschungsfrage beantwortet werden:</p> <p>Welche Erwartungen haben Besucher*innen an das Verpflegungsangebot auf einer Sportveranstaltung?</p>
--	---

³⁸² Vgl. Stadt Wien, Hrsg. (2023)

³⁸³ Vgl. Stadt Wien, Hrsg. (2023)

³⁸⁴ Vgl. Brombach/ Duensing (2021), S.26.

	<p>Zudem ergeben sich diese Subforschungsfragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie wichtig ist den Gästen die Verpflegung auf einer Sportveranstaltung? • Würden die Besucher*innen auch an einer die Sportveranstaltung ohne Verpflegungsangebot teilnehmen? • Welche Art der Essensausgabe wird bevorzugt? • Welche Rolle spielen Nachhaltigkeit und die Umwelt für die Besucher*innen? • Welche Bedeutung hat das Angebot von vegetarischer und veganer Verpflegung für die Bewertung des Events? • Wohin geht der „Food Trend“ der Zukunft auf Sportveranstaltungen?
Aufbau und Gliederung	<p>Inhaltsverzeichnis Eidesstaatliche Erklärung Abstract (Vorwort/Danksagung) Abbildungsverzeichnis/Tabellenverzeichnis/Abkürzungsverzeichnis</p> <p>1. Einleitung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Problemstellung und Forschungsfrage 1.2. Zielsetzung der Arbeit 1.3. Aufbau der Arbeit <p>2. Aktueller Forschungsstand</p> <p>3. Grundlagen Sportveranstaltungen</p> <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Definition Sportveranstaltungen 3.2. Geschichte Sportveranstaltungen 3.3. Sportveranstaltungstypen 3.4. Zwischenfazit <p>4. Ernährung des Menschen</p> <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Definition Ernährung 4.2. Ernährung damals und heute

	<p>4.3. Zukunft der Ernährung</p> <p>4.4. Zwischenfazit</p> <p>5. Verpflegungsangebot Sportveranstaltungen</p> <p>5.1. Speisen und Getränke</p> <p>5.2. Vegetarisch und vegan</p> <p>5.3. Nachhaltigkeit/Umwelt/FAIRTRADE</p> <p>5.4. Essensausgabe</p> <p>5.5. Das perfekte Verpflegungsangebot</p> <p>5.6. Zwischenfazit</p> <p>6. Methodischer Teil</p> <p>6.1. Forschungsfrage und Ableitung der Hypothesen</p> <p>6.2. Beschreibung der Methode – Quantitative Befragung</p> <p>6.3. Studiendesign (Grundgesamtheit, Stichprobe, etc.)</p> <p>6.4. Aufbau des Fragebogens</p> <p>6.5. Pre-Test</p> <p>6.6. Vorgehensweise</p> <p>7. Empirischer Teil</p> <p>7.1. Auswertung der Ergebnisse</p> <p>7.2. Überprüfung der Hypothesen</p> <p>8. Conclusio</p> <p>8.1. Zusammenfassung der Ergebnisse</p> <p>8.2. Beantwortung der Forschungsfrage</p> <p>8.3. Limitationen</p> <p>8.4. Handlungsempfehlungen und Forschungsausblick</p> <p>Literaturverzeichnis</p> <p>Anhang</p>
Methodenwahl	<p>Das Thema der Arbeit „Die Bedeutung von kulinarischer Verpflegung für Besucher*innen einer Sportveranstaltung“ wird mit einem quantitativen Forschungsansatz bearbeitet werden.</p> <p>Die quantitative Forschung zählt zu einem Datenerhebungsverfahren der empirischen Sozialforschung. Bei quantitativen Methoden werden</p>

	<p>numerische Daten erfasst, um die vorab aufgestellten Hypothesen zu testen bzw. neues Wissen zu erlangen.³⁸⁵ Das Erheben dieser Daten erlaubt soziale Phänomene zu messen und statistisch aufzubereiten.³⁸⁶</p> <p>Quantitative Forschung setzt auf eine große Anzahl an Fällen, um aufschlussreiche Erkenntnisse zu gewinnen. Um ein repräsentatives Ergebnis zu erzielen, muss die Teilnehmeranzahl der Befragten möglichst hoch sein.³⁸⁷ Es wird Aufschluss über empirische Sachverhalte gegeben, welche den Zusammenhang zwischen Ursache und Problem erläutern. Quantitative Forschung arbeitet mit Stichproben, abgeleitet aus bestimmten Zahlenwerten. Durch die Hochrechnung der Ergebnisse kann jedoch auf die Gesamtpopulation geschlossen werden. Die Grundlage zur Überprüfung von Hypothesen und ursächlichen Zusammenhängen stellt die statistische Analyse dar.³⁸⁸</p> <p>Die Untersuchungsmaterialien bei quantitativer Forschung werden durch standardisierte Verfahren bearbeitet. Nach Erhebung der Daten muss exakt festgelegt werden, welche Erkenntnis- oder Beobachtungskriterien akzeptiert werden.³⁸⁹</p> <p>Es existieren verschiedene quantitative Forschungsmethoden, durch die eine Vielzahl an Menschen miteingebunden werden kann. Die Wahl der geeigneten Methode für das Forschungsthema ist abhängig von Vor- und Nachteilen der diversen Verfahren. Nachstehende Methoden werden der quantitativen Forschung zugeordnet:³⁹⁰</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standardisierte Befragung (geschlossene und Multiple-Choice-Fragen in Fragebögen, Experteninterviews oder Gruppendiskussionen) • Standardisierte Beobachtung von Verhaltensmustern • Experimente und Versuche zur numerischen Datenerhebung
--	---

³⁸⁵ Vgl. Qualtrics LLC, Hrsg. (2023)

³⁸⁶ Vgl. Universität Leipzig, Hrsg. (2023)

³⁸⁷ Vgl. Genau/Scribbr B. V., Hrsg. (2019)

³⁸⁸ Vgl. Qualtrics LLC, Hrsg. (2023)

³⁸⁹ Vgl. Universität Leipzig, Hrsg. (2023)

³⁹⁰ Vgl. Qualtrics LLC, Hrsg. (2023)

	<ul style="list-style-type: none"> • Quantitative Inhaltsanalyse unter Erfassung von messbaren Daten wie Texten und Abbildungen <p>Für diese Masterarbeit wird als Forschungsmethode die standardisierte Befragung in Form eines Online-Fragebogens gewählt. Wie zuvor erläutert, kann mittels dieser Methode eine große Anzahl an Teilnehmer*innen erreicht werden, welche notwendig ist, um repräsentative Ergebnisse für dieses Forschungsthema zu garantieren.³⁹¹ Die Fragen sollen an die Subforschungsfragen angelehnt werden, um somit die Hauptforschungsfrage zu beantworten bzw. die Hypothesen zu überprüfen. Der Online-Fragebogen wird sowohl geschlossene als auch Multiple-Choice-Fragen beinhalten. Die genaue Grundgesamtheit sowie die Stichprobe werden im Zuge der Masterarbeit erläutert werden. Erstellt und ausgewertet wird der Online-Fragebogen mit Hilfe von DATatab.</p>
Bei Firmenarbeiten:	Keine Firmenarbeit
Firmenzustimmung liegt vor	<input type="checkbox"/> ja <input checked="" type="checkbox"/> nein
Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Brombach, C./Duensing, A. (2021): Essen der Zukunft: Wer oder was bestimmt die Ernährung von morgen. Heinz Lohmann Stiftung. ❖ Decker, O. Hrsg. (2018): <u>Sozialpsychologie und Sozialtheorie</u>. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ❖ DGE, Hrsg. (2023): <u>Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. Der Wissenschaft verspflichtet – Ihr Partner für Essen und Trinken. URL: https://www.dge.de/</u>, Stand: 23.02.2023. ❖ Euronews, Hrsg. (2022): <u>Auch in Gastronomie, Handel und</u>

³⁹¹ Vgl. Qualtrics LLC, Hrsg. (2023)

	<p><u>Unternehmertum: Betriebsamkeit vor der WM in Katar. URL:</u> https://de.euronews.com/2022/10/19/auch-in-gastronomie-handel-und-unternehmertum-betriebsamkeit-vor-der-wm-in-katar, Stand: 23.02.2023.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ FAIRTRADE Österreich, Hrsg. (2023): FAIRTRADE-Standards. Die Spielregeln des fairen Handels. URL: https://www.fairtrade.at/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards, Stand: 23.02.2023. ❖ Fischer, P. (2017): Soziologie des Essens. Köln Z Soziol. 69, 719-721. ❖ Fond Gesundes Österreich, Hrsg. (2019): Lebensqualität der Zukunft gestalten – wie werden wir 2030 lernen, arbeiten, essen, kommunizieren?. Innsbruck: Tagungsband der 21. Österreichischen Gesundheitskonferenz. ❖ Genau, L./Scribbr B. V. Hrsg. (2019): Quantitative Forschung in wissenschaftlichen Arbeiten. URL: https://www.scribbr.at/methodik-at/quantitative-forschung/#:~:text=ist%20quantitative%20Forschung%3F-Bei%20der%20quantitativen%20Forschung%20sammelst%20du%20m%C3%B6glichst%20viele%20Informationen%20zu,die%20Umfrage%20oder%20die%20Beobachtung, Stand: 23.02.2023. ❖ Hoffmann-Wagner, K./Jostes, G. (2021): Barrierefreie Events. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ❖ Holzbaur, U. (2016): Events nachhaltig gestalten. Grundlagen und Leitfaden für die Konzeption und Umsetzung von Nachhaltigen Events. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ❖ Holzbaur, U. (2020): Nachhaltige Events. Erfolgreich Veranstaltungen durch gesellschaftliche Verantwortung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ❖ Hettler, F./Luppold, S. (2019): Event-Catering in der Live Communication. Essen und Trinken als bedeutendes Veranstaltungselement. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ❖ Jäger, D. (2021): Grundlagen Eventmanagement. Tübingen: UVK
--	---

	<p><u>Verlag.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Klimabündnis Tirol, Hrsg. (2023): Green Events Tirol. Veranstaltungen, die begeistern und die Umwelt schonen. URL: https://greenevents-tirol.at/de/, Stand: 23.02.2023. ❖ Medert, M. (2020): 17 Ziele für eine lebenswerte Zukunft. Für uns und unsere Kinder. Berlin: Springer-Verlag GmbH. ❖ Peter, C. (2010): Soziologie des Essens. Köln Z Soziol. 62, 343-360. ❖ Pietzcker, D./Vaih-Baur, C., Hrsg. (2020): Ökonomische und soziologische Tourismustrends. Strategien und Konzepte im globalen Destinationsmarketing. ❖ Pissarek, M. (2018): Quantitative Forschung. Empirische Forschung in der Deutschdidaktik. Band 1: Grundlagen. Hrsg. von Jan M. Boelmann. Baltmannsweiler: Schneider. S. 129-146. ❖ Pröbstl-Haider, U./Lund-Durlacher, D./Olefs, M./Prettenthaler, F. (Hrsg.) (2021): Tourismus und Klimawandel. Berlin: Springer Spektrum. ❖ Qualtrics LLC, Hrsg. (2023): Quantitative Forschung. URL: https://www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/quantitative-forschung/, Stand: 23.02.2023. ❖ Raab-Steiner, E./Benesch, M. (2015): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG. ❖ Richter, N./Kopp, J. Hrsg. (2020): Entering the Battlefield. Erlebniswelten. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ❖ Roth, R.; Brügmann, J.; Stahl, H.; Bleher, D. (2015): Internetportal "Green Champions 2.0 für nachhaltige Sportveranstaltungen", Deutscher Olympischer Sportbund (Hrsg.) ❖ Schwark, J. (2020): Sportgroßveranstaltungen. Kritik der neoliberal geprägten Stadt. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ❖ Social Tables (2023): The True Role of Food & Beverage in Meetings ans Events. URL:
--	---

	<p>https://www.socialtables.com/blog/catering/role-food-and-beverage/, Stand: 23.02.2023.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Stadt Wien, Hrsg. (2023): Nachhaltige Eventverpflegung. URL: https://www.oekoevent.at/kriterien-fuer-ein-oekologisches-catering, Stand: 23.02.2023. ❖ Stadt Wien, Hrsg. (2023): „Natürlich weniger Mist“. URL: https://www.wenigermist.at/, Stand: 23.02.2023. ❖ Stadt Wien, Hrsg. (2023): ÖkoEvents tragen zu einer Trendwende beim Essen bei. URL: https://www.oekoevent.at/oekoevent-verpflegung-tierwohl, Stand: 23.02.2023. ❖ Tatwort Nachhaltige Projekte GmbH, Hrsg. (2023): Lebensmittelabfälle vermeiden & Kosten sparen. URL: https://united-against-waste.at/, Stand: 23.02.2023. ❖ Universität Leipzig, Hrsg. (2023): Quantitativ vs. Qualitativ. URL: https://home.uni-leipzig.de/methodenportal/qualivsquanti/, Stand: 23.02.2023. ❖ Wellbrock, W./Ludin, D. Hrsg. (2021): Nachhaltiger Konsum. Best Practices aus Wissenschaft, Unternehmenspraxis, Gesellschaft, Verwaltung und Politik. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ❖ ZAHW, Hrsg. (2023): Forschungsbereich Ernährung. Essen, Trinken & Wissen rund um das Thema Ernährung. URL: https://www.zhaw.ch/de/lsmf/institute-zentren/ilgi/ernaehrung/publikationen-seite-2/, Stand: 23.02.2023. ❖ Zangler, C. (2015): Events und Emotionen. Stand und Perspektiven der Eventforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ❖ Zangler, C. (2016): Events und Tourismus. Stand und Perspektiven der Eventforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
Allfälliges	

--	--

Die grauen Erklärungen sind eine Orientierung bzw. beim Aufbau und der Gliederung der Kapitel verpflichtend. Setzen Sie den Text für das eigene Exposé vor der Aufgabe auf schwarze Schrift.

Genehmigt durch die Lehrgangsleitung

(nach Bestätigung durch die Betreuung)