

Mitteilung für die Presse

25.8.03

Aktuelles Ökobarometer: Jüngere Verbraucher kaufen mehr Bioprodukte EMNID-Umfrage im Auftrag des Bundesverbraucherministeriums

Bereits zum dritten Mal erstellte das EMNID-Institut Mitte August im Auftrag des Bundesverbraucherministeriums das sogenannte Ökobarometer, eine deutschlandweite repräsentative Umfrage mit 1000 Befragten. Nach den Befragungen im November 2002 und im April 2003 wurden nun erneut Verbraucher zu ihren Einstellungen und Kaufentscheidungen rund ums Thema Biolebensmittel befragt. Wichtige Kernfragen wiederholen sich bei jedem Ökobarometer. So sind wie bei einem Barometer Schwankungen feststellbar und ein langfristiger Verlauf der Entwicklung in diesem Bereich wird deutlich.

Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze

- **Sich einfach wohlfühlen! Der Wunsch, etwas für seine Gesundheit tun zu wollen, ist das mit 15 Prozent am häufigsten genannte Schlüsselerlebnis, das einer Umstellung auf Produkte aus dem Ökolandbau vorausgeht.**
- **22 Prozent der Verbraucher, die bisher noch keine Biolebensmittel kaufen, interessieren sich für Lebensmittel in Bioqualität. Das sind vier Prozent mehr als im April diesen Jahres.**
- **Die Gruppe der 30- bis 39-jährigen gelegentlichen Biokäufer ist seit November um zwölf Prozent gewachsen.**

Das bewog die Verbraucher zur Umstellung auf Biolebensmittel

Viele Verbraucher entdecken Biolebensmittel nach und nach, oftmals durch Einsteigerprodukte wie Milch oder Obst und Gemüse. 59 Prozent derjenigen, die Ökoprodukte verwenden, gaben dementsprechend an, ohne einen besonderen Anlass oder ein Schlüsselerlebnis ihre Ernährung ganz oder teilweise auf Bio umgestellt zu haben. Für 41 Prozent der Käufer von Biolebensmitteln allerdings gab es einen besonderen Grund, ihre Ernährung kritisch zu überdenken und zu verändern. Der mit 15 Prozent am häufigsten genannte Auslöser ist der Wunsch, über die Ernährung das eigene körperliche Wohlbefinden zu verbessern. Zum Teil geht eine Krankheit oder gesundheitliche Beeinträchtigung der Ernährungsumstellung hin zu Bioprodukten voraus. Mit zunehmendem Alter steigt das Risiko zu erkranken und damit das Bewusstsein, eigenverantwortlich für seine Gesundheit sorgen zu müssen. Entsprechend gibt mit einem Anteil von 20 Prozent besonders die Gruppe der 50- bis 59-Jährigen

diesen Grund an. Sieben Prozent der Befragten nannten Lebensmittelskandale wie BSE als Auslöser für die Entscheidung für Bio. Eigene positive Erfahrungen mit Biolebensmitteln haben bei drei Prozent der Biokonsumenten den entscheidenden Motivationsschub ausgelöst. Mit jeweils zwei Prozent punkten Schlüsselerlebnisse wie das besondere Genusserlebnis bei Biolebensmitteln, Vorbilder (Eltern, Verwandte, Freunde), Vorträge und Berichte zum Thema, Umweltschutzgründe oder die Geburt eines Kindes.

Das ist den Verbrauchern beim Lebensmitteleinkauf wichtig

Erneut wurde nach den allgemeinen Wichtigkeitskriterien beim Lebensmitteleinkauf gefragt. Das Wohl der Tiere ist den Verbrauchern noch immer besonders wichtig. War in der April-Befragung der „Verzicht auf vorbeugende Gabe von Antibiotika“ noch auf dem ersten Rang gelandet, so ist es nun mit 55 Prozent die „artgerechte Tierhaltung“. Besonders den Frauen liegt mit 59 Prozent dieses Thema am Herzen (Männer 49 Prozent).

Es folgt mit 53 Prozent ein „gutes Preis-Leistungsverhältnis“, das von Rang fünf im April nach oben gerückt ist. Ein weiterer wichtiger Punkt ist nach wie vor der Gesundheitsaspekt. Hier ist erneut die Käuferschicht der 50- bis 59-Jährigen stark vertreten (61 Prozent gegenüber 52 Prozent aller Befragten). Etwas zurückgefallen ist mit 51 Prozent der „Verzicht auf vorbeugende Antibiotika“ in der Tierhaltung (April-Befragung, 58 Prozent).

Nach wie vor wird auf die sogenannten „klassischen Merkmale“ geachtet: „Frische und Reife“ punkten mit 50 Prozent, „guter Geschmack“ mit 49 Prozent. Um zwei Prozentpunkte auf 43 Prozent gestiegen, ist die „schonende Verarbeitung mit wenig Zusatzstoffen“, um ganze neun Prozent gefallen dagegen das Kriterium „dass Pflanzen nicht mit chemisch-synthetischen Unkrautbekämpfungsmitteln behandelt werden“. Auch der „Ausschluss von Gentechnik“, der wie schon im April auf Rang neun zu finden ist, hat einen Punktverlust von sieben Prozent zu verzeichnen. Die „Naturbelassenheit“ stufen 31 Prozent der Befragten als sehr wichtig ein. Ein „nur niedriger Preis“ ist nur 23 Prozent und damit vier Prozent weniger Verbrauchern besonders wichtig. 21 Prozent der Käufer achten auf die „regionale Herkunft der Produkte“, 18 Prozent der Käufer auf eine „gute Beratung“ (plus drei Prozent seit April). Wie schon bei den letzten beiden Ökobarometern auffallend, liegt bei dieser allgemeinen Fragestellung das Kriterium „Herkunft aus ökologischem Landbau“ mit 16 Prozent (minus drei Prozent seit April) nur auf Rang 14 wohingegen Einzelkriterien, die dem Ökolandbau zuzuordnen sind (z.B. „Artgerechte Tierhaltung“) ganz oben zu finden sind.

Insgesamt fällt auf, dass die Verbraucher im Vergleich zur April-Befragung ihre Ansprüche etwas zurückgeschraubt haben: Während im April noch jeweils mehr als die Hälfte der Befragten sieben von 15 Kriterien als „sehr wichtig“ eingestuft haben, war dies im August nur noch bei vier Kriterien der Fall, womit deutlich wird, dass der Aufmerksamkeitsfokus der Deutschen derzeit offensichtlich auf andere Themenschwerpunkte gerichtet ist.

So wichtig ist den Verbrauchern Bioqualität

Klein aber stabil ist der Anteil der Biopuristen, die zwei Prozent aller Konsumenten ausmachen. Nahezu unverändert ist auch die Gruppe der gelegentlichen Biokäufer mit 59 Prozent. Bei den 30- bis 39-Jährigen ist die Fraktion der „Gelegentlichen“ mit 69 Prozent überdurchschnittlich groß und seit der ersten Befragung im November 2002 um zwölf Prozent gewachsen (November 57 Prozent, April 59 Prozent). Um ganze vier Prozent höher liegt die Quote derjenigen, die Interesse an Produkten aus dem Ökolandbau haben, diese aber bisher noch nicht kaufen. Besonders stark vertreten sind in diesem Segment die unter-30-Jährigen: Jeder Vierte zeigte sich an Biolebensmitteln interessiert, ablehnend verhalten sich 17 Prozent der Konsumenten, das sind drei Prozent weniger als im April diesen Jahres. Nach dem leichten Einbruch des Interesses an Bioprodukten von November bis April fühlen sich die Verbraucher nun wieder stärker zu Lebensmitteln aus dem Ökolandbau hingezogen.

So blicken die Verbraucher in die Zukunft

Der Zukunftstrend in Sachen Bio ist ungebrochen: Im Vergleich sowohl zur November- als auch zur April-Befragung ergeben sich kaum Veränderungen. Bei der Befragung wurden zwei Zeithorizonte unterschieden: Die nächsten zwölf Monate und die weitere Zukunft. Für die nächsten zwölf Monate wollen sich die Deutschen folgendermaßen entscheiden: 24 Prozent sehen ihren „Biokonsum“ als steigend, 68 Prozent als gleichbleibend und 6 Prozent als sinkend. Derzeit gehen außerdem 40 Prozent der Deutschen davon aus, dass sie in der weiteren Zukunft verstärkt Biolebensmittel kaufen werden, 52 Prozent werden nach eigenen Angaben ihr Kaufverhalten diesbezüglich beibehalten. Nur ein geringer Anteil der Befragten (fünf Prozent) gibt an, zukünftig weniger Bioprodukte kaufen zu wollen.

Das motiviert oder demotiviert die Verbraucher

Sicherheit und Gesundheit sind weiterhin die wichtigsten Motivationsgründe dafür, Produkte aus dem Ökolandbau zu verwenden (28 Prozent). Der „proaktive“ Gesundheitsaspekt konnte noch an Bedeutung gewinnen (plus drei Prozentpunkte). Eines der wesentlichsten Merkmale von Lebensmitteln aus dem ökologischen Landbau, die „Natürlichkeit“ und die „Naturbelassenheit“ der Produkte, konnte deutlich punkten (plus sechs Prozent) und kommt inzwischen auf 24 Prozent. Der Aspekt des „guten Preis-Leistungsverhältnisses“ bei Biolebensmitteln fiel auf den vierten Platz zurück (jetzt 17, vorher 20 Prozent). Die artgerechte Tierhaltung (16 Prozent) ist weiterhin ein bedeutender Aspekt, der dazu motiviert bzw. motivieren würde, Produkte aus dem Ökolandbau zu verwenden. Es folgen schließlich die „klassischen“ Kriterien der Qualitätsbeurteilung „guter Geschmack“ (15 Prozent), Frische (vier Prozent) und Qualität (vier Prozent). Zwei altruistische Beweggründe haben an Bedeutung gewonnen: Die regionale Herkunft ist von sechs auf zehn Prozent gestiegen, der Umweltschutz taucht mit fünf Prozent zum ersten Mal auf.

Was die Verbraucher hindert, sich für Bio zu entscheiden, hat sich seit April nicht geändert. Mit Abstand das stärkste Argument ist nach wie vor der Preis (60 Prozent, plus zwei Prozent), gefolgt von „kein Vertrauen“ (16 Prozent). Schließlich wird von 13 Prozent angegeben, Bioprodukte seien schwer zu bekommen. „Qualitätsmängel“ (acht Prozent), „Chemikalien“ (drei Prozent), „mangelnde Kennzeichnung“ (drei Prozent) und „kein Interesse“ (drei Prozent) schließen das Ranking wie schon im April ab. Das Kriterium „schmeckt nicht“, das im April noch von drei Prozent der Deutschen genannt wurde, spielt in der aktuellen Umfrage keine Rolle mehr.

Fazit: Der Bereich Biolebensmittel zeigt sich über den Befragungszeitraum seit November 2002 als gefestigtes Segment, das sich auch ohne den Einfluss von Skandalmeldungen im Bereich der herkömmlichen Lebensmittel gut entwickelt. Auch wenn die Verbraucher ihre Erwartungen an Lebensmittel generell herunterschrauben, bewirkt das doch keinen Rückgang im Biobereich. Ein stabiler Anteil an Verbrauchern entscheidet sich offensichtlich aus echter Überzeugung für Produkte aus dem Ökolandbau.

Diese Verbraucherbefragung wurde auf Initiative des Bundesverbraucherministeriums im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau vom EMNID-Institut durchgeführt.

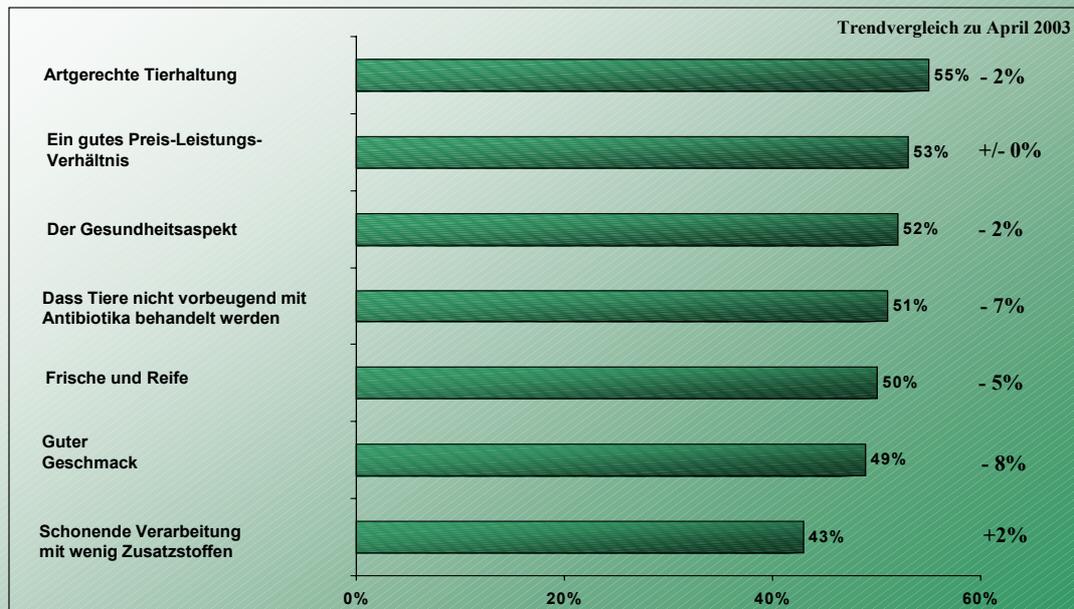
9.461 Zeichen, August 2003.
Abdruck honorarfrei. Beleg erbeten.
Weitere Informationen erhalten Sie bei:
TBWA\HEIGL GmbH,
Experience Communication
Silke Lehmeyer
Ridlerstraße 31b, 80339 München
Tel.: 089 / 48 90 67-331
Fax: 089 / 48 81 60
E-mail: silke.lehmeyer@tbwa.de

1. Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln

Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln I



Anteil der Befragten, die folgende Kriterien als sehr wichtig erachten



Frage:

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln?

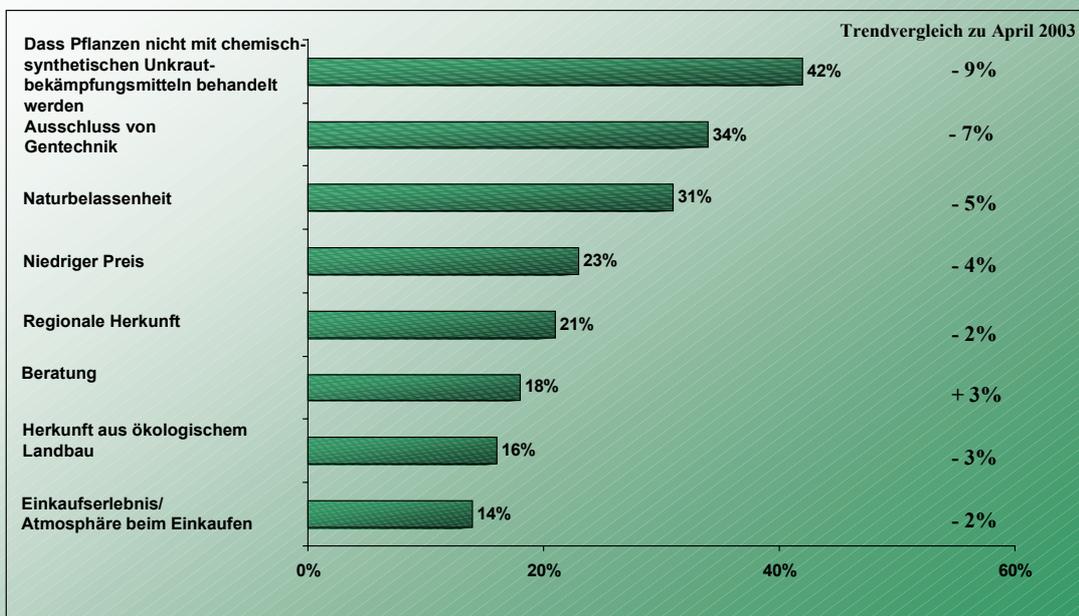
Mögliche Antworten:

- 1. sehr wichtig**
- 2. wichtig**
- 3. teils/teils**
- 4. unwichtig**
- 5. völlig unwichtig**

Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln II



Anteil der Befragten, die folgende Kriterien als sehr wichtig erachten



Frage:

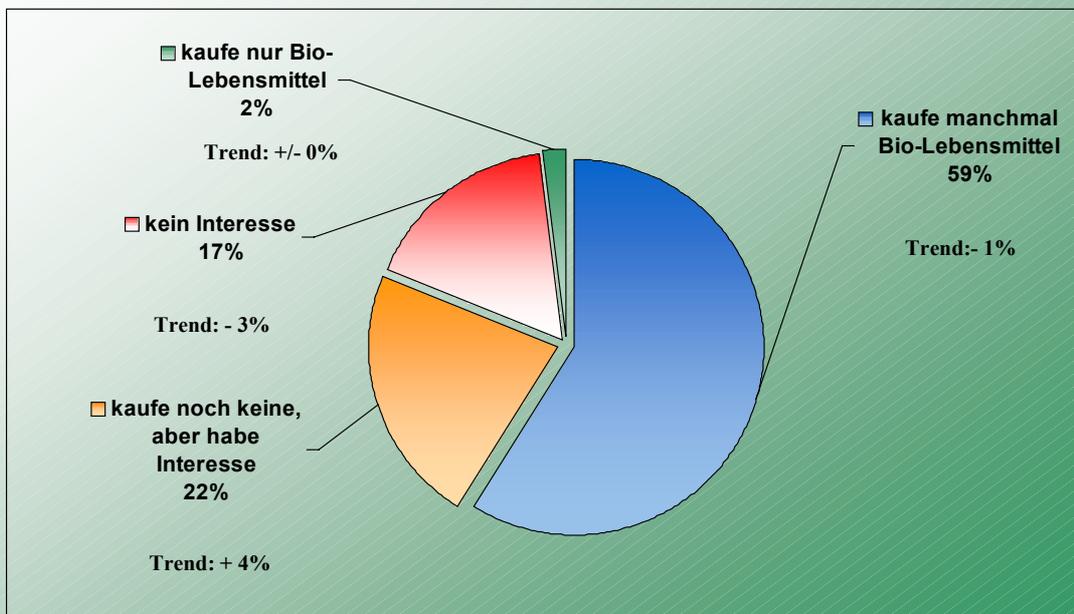
Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln?

Mögliche Antworten:

- 1. sehr wichtig**
- 2. wichtig**
- 3. teils/teils**
- 4. unwichtig**
- 5. völlig unwichtig**

2. Interesse am Kauf von Bio-Lebensmittel

Interesse am Kauf von Bio-Lebensmitteln



Frage:

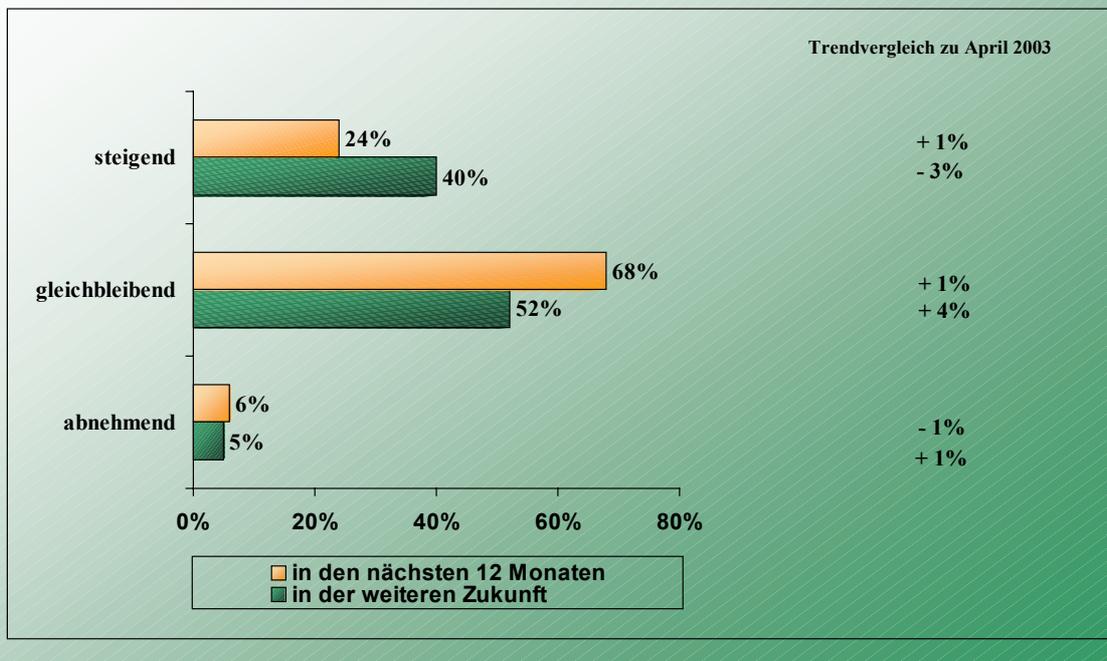
Es gibt in Deutschland eine wachsende Zahl von Landwirten und Lebensmittelherstellern, die nach den Richtlinien des Öko-Landbaus produzieren, und Kunden, die Bio-Lebensmittel kaufen. Haben Sie Interesse am Kauf solcher Bio-Lebensmittel?

Mögliche Antworten:

1. sehr wichtig
2. wichtig
3. teils/teils
4. unwichtig
5. völlig unwichtig

3. Zukünftige Bereitschaft zum Kauf von Bio-Lebensmitteln

Zukünftige Bereitschaft zum Kauf von Bio-Lebensmitteln



Frage:

Wie schätzen Sie Ihre Bereitschaft zum Kauf von Bio-Lebensmitteln ein?

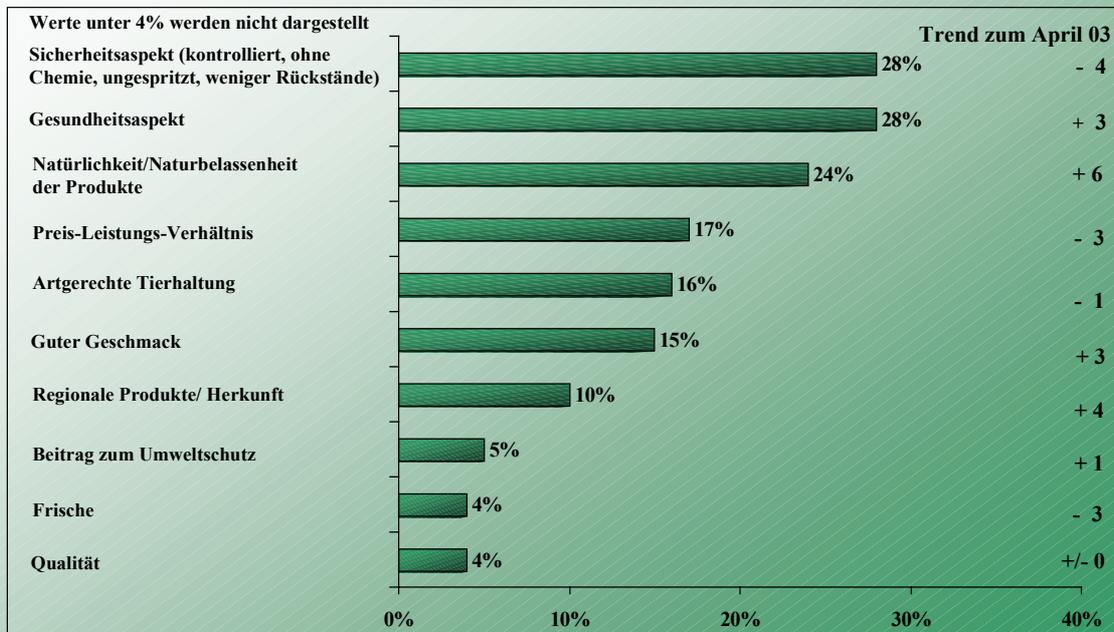
Mögliche Antworten:

1. stark steigend
2. steigend
3. gleichbleibend
4. abnehmend
5. stark abnehmend

4. Motivationsgründe zur Verwendung von Bio-Lebensmitteln

Wichtige Motivationsgründe zur Verwendung von Bio-Lebensmitteln

-ungestützte Abfrage-



Frage:

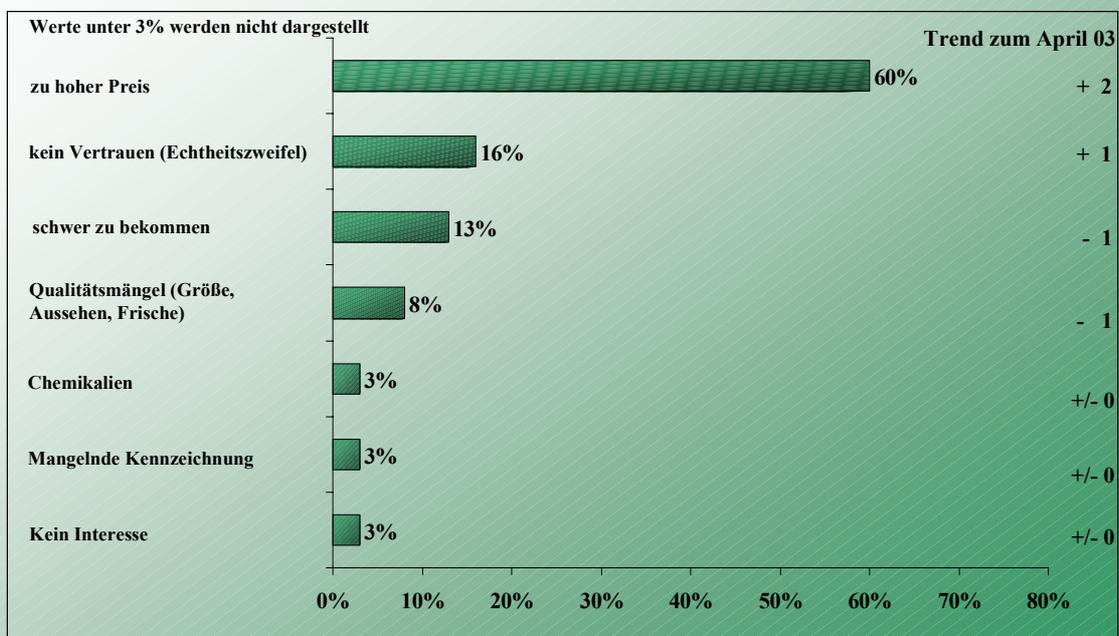
Bitte nennen Sie mir drei Aspekte, die Sie am stärksten motivieren (würden), Produkte aus dem Öko-Landbau zu verwenden.

(Ungestützte Abfrage)

5. Haupthinderungsgründe für die Verwendung von Bio-Lebensmitteln

Haupthinderungsgründe für die Verwendung von Bio-Lebensmitteln

-ungestützte Abfrage-



Frage:

Bitte nennen Sie mir nun die drei Aspekte, der Sie am stärksten davon abhalten (würden), Produkte aus dem Öko-Landbau zu verwenden?

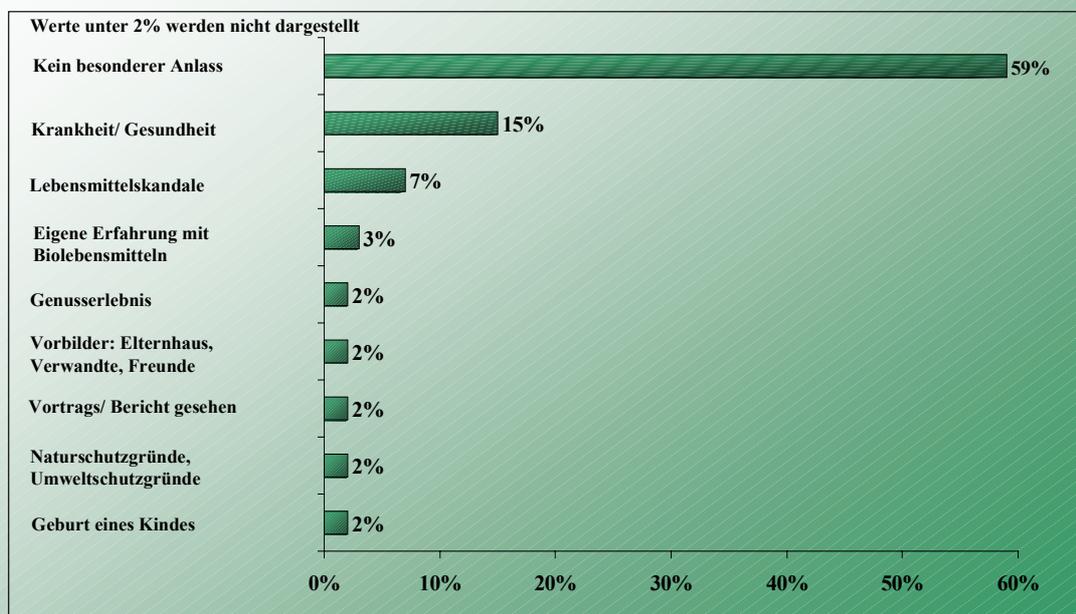
(Ungestützte Abfrage)

6. Schlüsselerlebnis zur Ernährungsumstellung?

Anlass oder Schlüsselerlebnis für die Ernährungsumstellung auf Biolebensmittel



Selektion: Befragte, die Bio-Lebensmittel kaufen -ungestützte Abfrage-



Frage:

Gab es einen besonderen Anlass oder ein Schlüsselerlebnis, dass Sie dazu bewogen hat, Ihre Ernährung ganz oder teilweise auf Biolebensmittel umzustellen?

(Ungestützte Abfrage)