



## PRESSEMITTEILUNG

### Ökobarometer 2007: Aus Gelegenheitskäufern werden regelmäßige Bio-Kunden

#### Supermärkte machen Neukunden auf Bio aufmerksam

**Bonn, 15. Februar 2007.** Gut jeder fünfte Bundesbürger kauft heute regelmäßig Bio-Produkte. Dies geht aus dem aktuellen Ökobarometer 2007 hervor und bestätigt das unvermindert große Interesse der Verbraucher an ökologischen Erzeugnissen. Anfang Februar hatte das Marktforschungsinstitut TNS Emnid im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) 1.000 Bürger ab 14 Jahren zu ihrem Konsum von Bio-Produkten befragt. Im Vergleich zum Ökobarometer im Juni 2005 stieg die Zahl der Konsumenten, die häufig oder gar ausschließlich Bio-Waren kaufen, um sechs Prozent. Damit hat sich die Prognose des damaligen Ökobarometers bewahrheitet, bei dem 19 Prozent der Befragten angaben, in Zukunft voraussichtlich häufiger Bio-Waren zu kaufen.

Bio-Produkte haben mittlerweile einen festen Platz im Einkaufswagen von mehr als drei Vierteln der deutschen Konsumenten gefunden. Erfreulich für die Branche ist die Tatsache, dass sich die Zahl der Gelegenheitskäufer zugunsten der regelmäßigen Bio-Kunden verschiebt. Während 2005 noch knapp 60 Prozent gelegentlich und nur 15 Prozent häufig ökologische Erzeugnisse kauften, sind es heute 22 Prozent, die häufig Bio-Waren in ihren Einkaufskorb legen, und nur noch 55 Prozent, die sie nur ab und zu erwerben. Dem aktuellen Umfrageergebnis zufolge wird sich dieser Trend auch künftig fortsetzen.

#### Gesteigertes Gesundheitsbewusstsein motiviert zum Bio-Kauf

Die Gründe für das große Verbraucherinteresse an ökologischen Erzeugnissen liegen in den besonderen Herstellungs- und Verarbeitungskriterien sowie in dem Faktor Umweltschutz. Wesentliche Kaufmotive sind die artgerechte Tierhaltung (89 Prozent) und die geringe Schadstoffbelastung der Produkte (86 Prozent). Beide Motive stehen in engem Zusammenhang mit dem gesteigerten Gesundheitsbewusstsein der Menschen, das 84 Prozent der Befragten als Kaufgrund angeben. Bio ist für sie Teil einer gesunden Ernährung und wichtig für das persönliche Wohlbefinden.



Der Aspekt Regionalität ist ebenfalls ein starkes Kaufmotiv – vor allem für ältere Verbraucher. Rund 90 Prozent der Befragten über 40 Jahre wollen mit dem Erwerb von Bio-Produkten die Erzeuger aus ihrer Region unterstützen. Mehr als die Hälfte von ihnen kauft auf dem Wochenmarkt oder im Hofladen ein. Die beliebteste Einkaufsstätte ist jedoch der Supermarkt. 78 Prozent kaufen ihre Bio-Waren bei den klassischen Vollsortimentern. Hier werden auch die meisten Neukunden auf Bio-Produkte aufmerksam. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) gab an, dass das veränderte Sortiment in ihrem Supermarkt sie neugierig gemacht hat, Bio-Produkte zu probieren. Aber auch Freunde und Bekannte, die bereits Bio-Waren kaufen, sowie Beiträge in Hörfunk und TV über den Bio-Boom haben das Interesse der Verbraucher (55 und 56 Prozent) geweckt.

### **Bio-Kunden wünschen fachkundige Informationen**

Eines ist fast allen Bio-Kunden wichtig: Fachkundige Informationen über die ökologischen Erzeugnisse. Dies wünschen sich rund 80 Prozent der befragten Bio-Kunden. Ein Wunsch, der ihnen vor allem im Naturkostfachhandel erfüllt wird. Dieser ist jedoch im Vergleich zum Ökobarometer 2005 in der Beliebtheitsskala von Platz vier auf Platz sechs gefallen. Davor liegen noch die Discounter sowie die Fachgeschäfte der Bio-Bäckereien und -Metzgereien. Um sicherzugehen, dass die Produkte auch tatsächlich „Bio“ sind, achten rund zwei Drittel der Verbraucher auf das Bio-Siegel und die Warenzeichen der Bio-Anbauverbände. Welche Anforderungen Produkte erfüllen müssen, die das staatliche Kennzeichen für Bio-Qualität tragen, ist den meisten Verbrauchern bekannt. 72 Prozent gaben an, die Anforderungen der verschiedenen Bio-Warenzeichen zu kennen.

Die Ergebnisse des aktuellen Ökobarometers 2007 inklusive Charts und Grafiken sind im Internet unter [www.oekolandbau.de/journalisten](http://www.oekolandbau.de/journalisten) abrufbar.

#### **Kontakt:**

Elmar Seck  
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung  
Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau  
Deichmanns Aue 29  
53179 Bonn  
Tel.: (02 28) 68 45-29 26  
Fax: (02 28) 68 45-29 07  
E-Mail: [elmar.seck@ble.de](mailto:elmar.seck@ble.de)  
Internet: [www.bundesprogramm.de](http://www.bundesprogramm.de)

#### **Pressekontakt:**

Pressebüro Ökolandbau  
Ansprechpartnerin:  
Bettina Stein  
Kaiserstraße 33  
53113 Bonn  
Tel. (02 28) 9 15 14-354  
Fax: (02 28) 9 15 14-233  
E-Mail: [oekolandbau@pleon.com](mailto:oekolandbau@pleon.com)

# Ökobarometer 2007

**Repräsentative Bevölkerungsbefragung**

**im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung,  
Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV)**



Pleon Kohtes Klewes Bonn, 07.02.2007

**PLEON**

# Untersuchungsmethode - Datengrundlage

---

Es wurde in Zusammenarbeit mit TNS EMNID, Bielefeld eine repräsentative computergestützte telefonische Befragung (C.A.T.I.) durchgeführt.

Grundgesamtheit: deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren  
Stichprobe: 481 Männer und 521 Frauen

Es können soziodemographische Daten wie Alter, Geschlecht, Schulbildung, Größe des Wohnortes, Berufstätigkeit, Einkommen, Haushaltsgröße sowie die Häufigkeit des Bio-Lebensmittel-Einkaufs unterschieden werden.

Die Befragung wurde vom 31.01. bis 01.02. 2007 durchgeführt.



# Kernergebnisse

---

Über die Hälfte (55%) der befragten Deutschen kauft gelegentlich Bio-Lebensmittel. Jeder fünfte (21%) Befragte gibt an, häufig Bio-Lebensmittel zu kaufen. Damit erfährt die Anzahl der Personen, die häufig Bio-Lebensmittel kaufen, gegenüber 2005 eine leichte Steigerung (2005 gaben 15% an, häufig Bio-Lebensmittel zu kaufen). 22 Prozent der Befragten kaufen nie Bio-Lebensmittel.

Zukünftig erwarten die Befragten von sich eine Zunahme des Bio-Lebensmittel-Einkaufs. So glauben 27 Prozent, dass sie in Zukunft häufig Bio-Lebensmittel einkaufen werden, lediglich 15 Prozent sind der Meinung, dass sie in Zukunft nie Bio-Lebensmittel kaufen werden.

Der Kauf von Bio-Lebensmitteln steigt mit zunehmendem Alter.

Gründe für den Einkauf von Bio-Lebensmitteln sehen die Befragten vor allem in der artgerechten Tierhaltung (89%), einer möglichst geringen Schadstoffbelastung (86%) sowie in einer gesunden Ernährung (84%) und der Unterstützung von regionalen Produkten (84%).



# Kernergebnisse

---

Aber auch ein Beitrag zum effektiven Umweltschutz (82%) und die Ernährung von Kindern bzw. in der Schwangerschaft (82) sind Gründe, die die Verbraucher veranlassen, zu Bio-Produkten zu greifen.

Immerhin die Hälfte (50%) der Befragten sieht in einer umfassenden bzw. überzeugenden Information, z.B. durch Fachpersonal einen Grund, Bio-Produkte zu kaufen.

Lebensmittelskandale und umfassende Informationen durch Fachpersonal motivieren vor allem ältere Befragte ab 50 Jahren, Bio-Produkte zu erwerben.

Eier (62% ausschließlich oder häufig aus Bio-Anbau gekauft), Obst und Gemüse (54%) sowie Kartoffeln (49%) sind die Produkte, die am häufigsten aus biologischem Anbau gekauft werden, gefolgt von Milchprodukten (41%) und Brotwaren (40%). Bei Fleisch oder Fisch, alkoholfreien Getränken und Trockenwaren gaben immerhin ein Drittel der Befragten an, diese ausschließlich oder häufig aus Bio-Anbau zu kaufen.

Vor allem die westdeutschen Befragten bevorzugen Eier, Kartoffeln und Trockenwaren aus Bio-Landwirtschaft.



# Kernergebnisse

---

Die Mehrheit der Befragten (78%) kauft Bio-Produkte im Supermarkt, etwa die Hälfte erstet sie auf dem Wochenmarkt, direkt beim Erzeuger, im Discounter oder beim Metzger oder Bäcker. Bio-Supermärkte nutzen nur ein Drittel (34%) der Befragten für ihren Einkauf, Bio- oder Naturkostläden werden von 43 Prozent der Befragten aufgesucht.

In Ostdeutschland werden Supermarkt (88%) und Discounter (67%) für den Einkauf von Bio-Lebensmitteln stärker genutzt als im Westen. Die westdeutschen Befragten kaufen dagegen eher im Bio-Supermarkt (36%) oder im Bio- bzw. Naturkostladen (46%). Reformhaus und Drogeriemarkt werden eher von Frauen als von Männern für den Bio-Einkauf genutzt (38% bzw. 30%).



# Kernergebnisse

---

Bio-Kost sollte nach Meinung der Befragten vor allem in Kindertagesstätten/Kindergärten (92%), Krankenhäusern/Reha-Einrichtungen (87%), Ganztagschulen (87%) sowie Altenheimen (85%) angeboten werden.

Das Interesse an Bio-Produkten ist bei etwas mehr als der Hälfte der Befragten (55 bzw. 56 Prozent) durch Beiträge in Hörfunk und TV, Neugier hinsichtlich neuer Produkte und private Kontakte zu anderen Nutzern von Bio-Produkten geweckt bzw. gestärkt worden. Vor allem Frauen gaben an, durch Beiträge in HF und TV auf Bio-Produkte aufmerksam geworden zu sein (62%). In Westdeutschland wurde das Interesse der Befragten an Bio-Produkten stärker durch private Kontakte und Artikel in Fachzeitschriften und –magazinen geweckt als in Ostdeutschland.

Lediglich jeder fünfte (19%) gibt an, das Internet habe sein Interesse an Bio-Produkten geweckt oder gestärkt.



# Kernergebnisse

---

Fachkundige Information beim Einkauf ist der Mehrheit der Befragten (79%) sehr wichtig. 73 Prozent gaben an, die Anforderungen zu kennen, die Landwirtschaft und Verarbeitung erfüllen müssen, damit die Erzeugnisse als Bio-Produkte vermarktet werden dürfen. Darüber hinaus wünschen sich ebenfalls 73 Prozent mehr Informationen über die Bedeutung der einzelnen Kennzeichen von biologischen Lebensmitteln. 43% stimmen dieser Aussage sogar sehr zu.

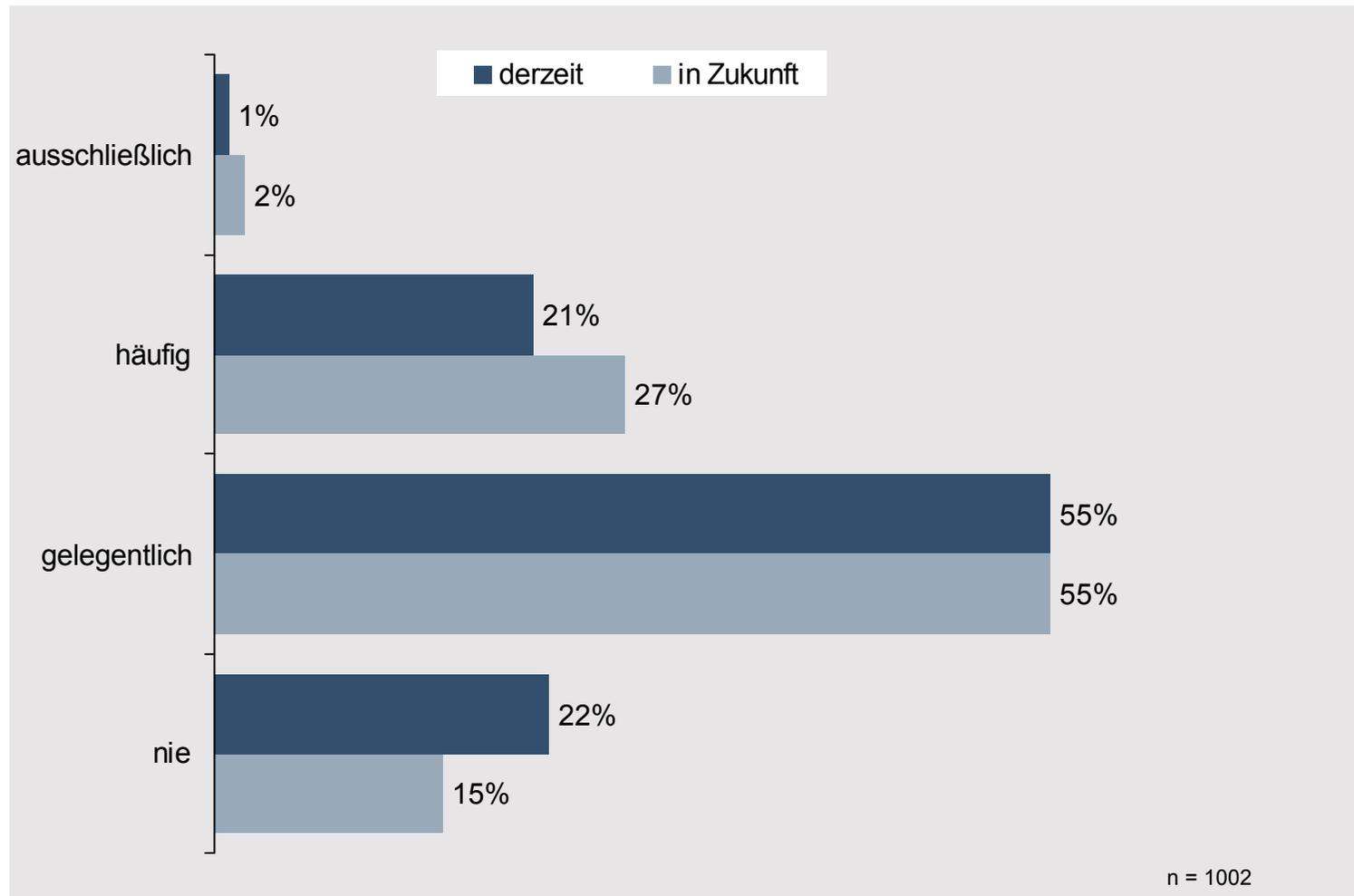
Frauen achten beim Einkauf etwas stärker auf das Bio-Siegel, das EU-Bio-Siegel und die Warenzeichen der Öko-Anbauverbände als Männer (73% vs. 63%).

Insgesamt stimmten 55 Prozent der Befragten der Aussage „ich fühle mich in punkto Bio-Lebensmittel umfassend informiert“ sehr zu oder eher zu. Unter den Personen, die ausschließlich oder häufig Bio-Lebensmittel einkaufen, fühlen sich 71 Prozent umfassend informiert.



# Einkauf von Bio-Lebensmitteln

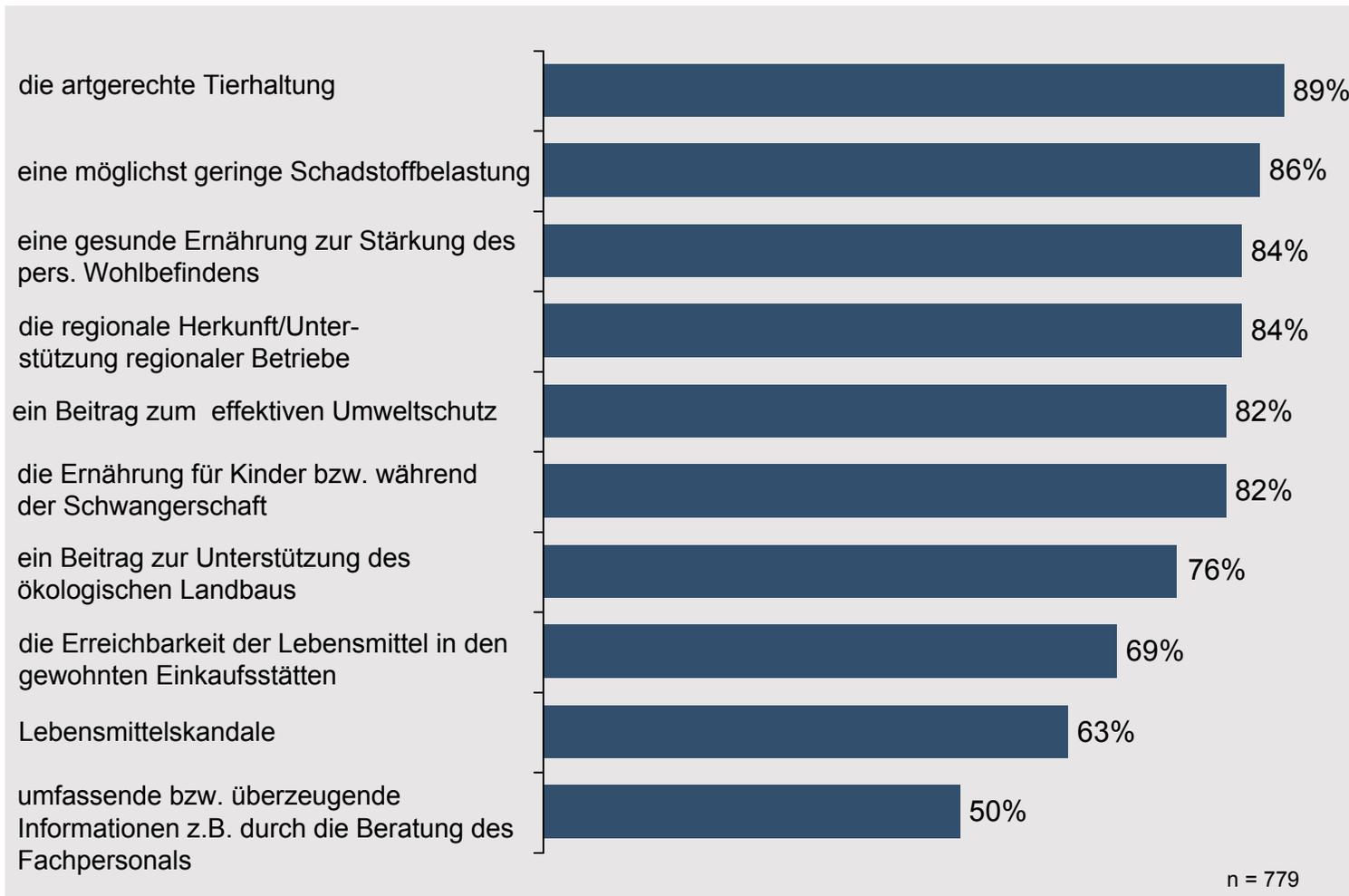
Wie häufig kaufen Sie derzeit Bio-Lebensmittel ein/werden Sie in Zukunft Bio-Lebensmittel einkaufen?



# Gründe für den Kauf von Bio-Lebensmitteln

## Was sind für Sie Gründe, die Sie dazu veranlassen Bio-Produkte zu kaufen?

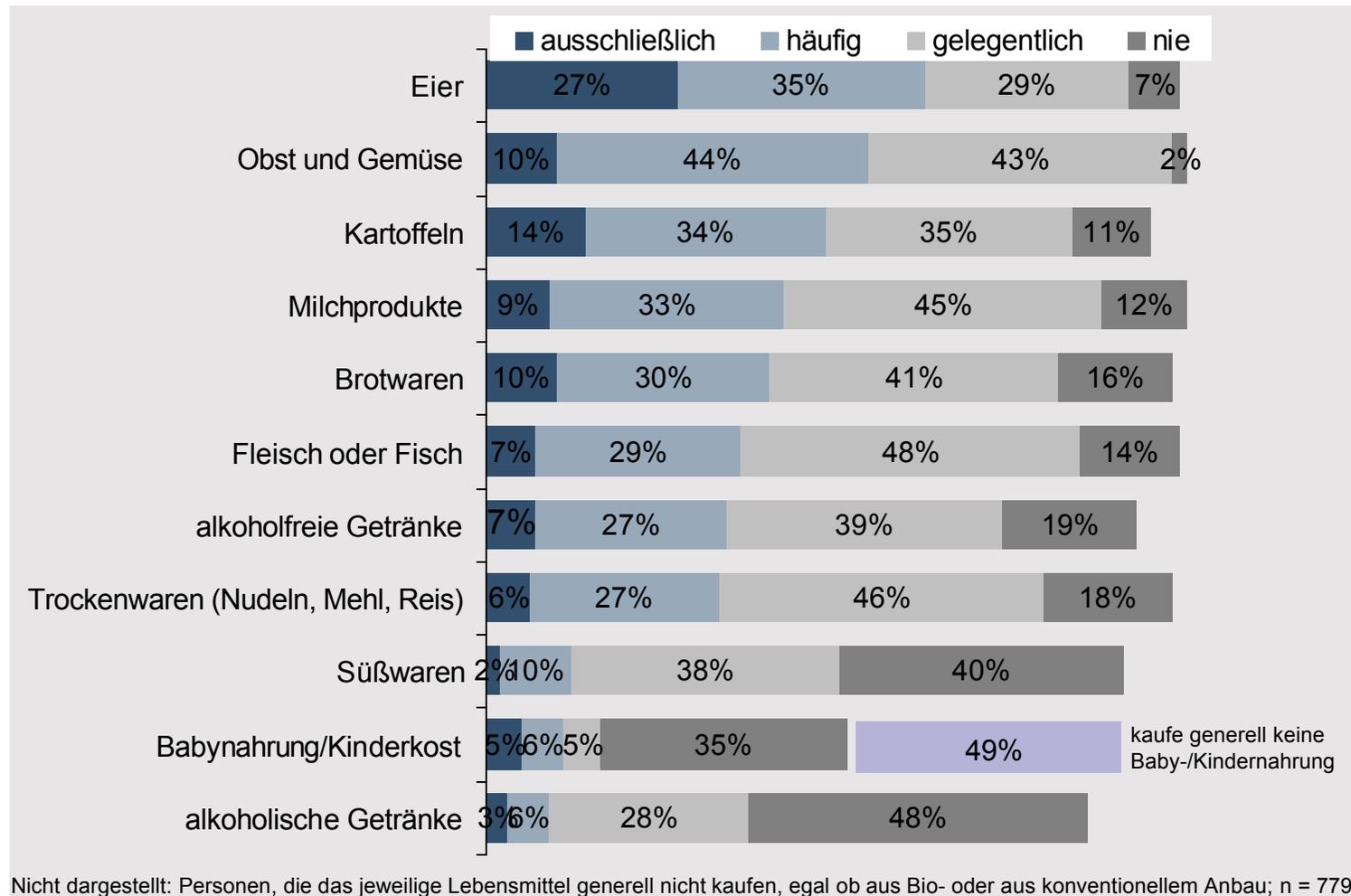
Selektion: Befragte, die derzeit Bio-Lebensmittel kaufen/Mehrfachnennungen möglich



# Häufigkeiten des Erwerbs bestimmter Bio-Lebensmittel

## Wie häufig erwerben Sie die folgenden Bio-Lebensmittelprodukte?

Selektion: Befragte, die derzeit Bio-Lebensmittel kaufen

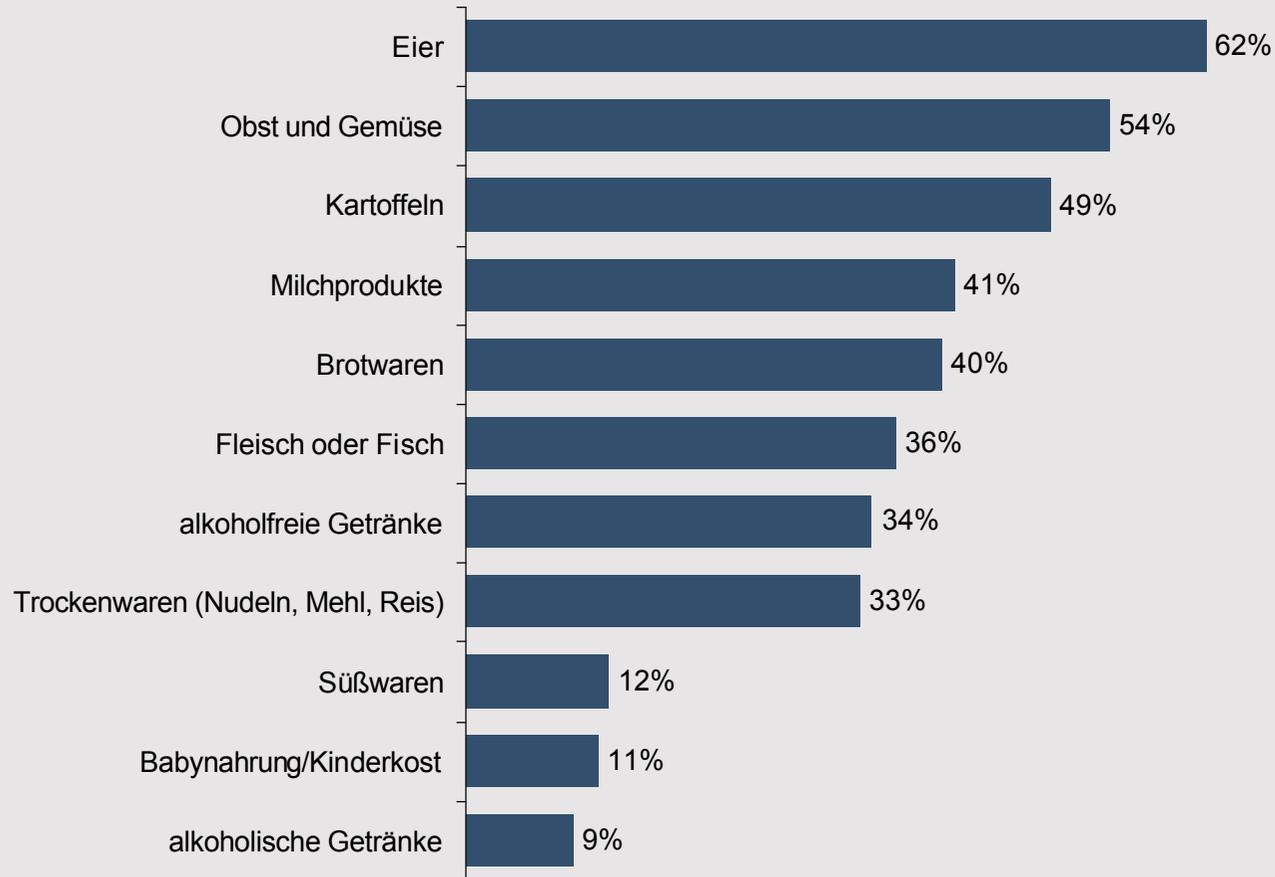


# Häufigkeiten des Erwerbs bestimmter Bio-Lebensmittel

## Wie häufig erwerben Sie die folgenden Bio-Lebensmittelprodukte?

Selektion: Befragte, die derzeit Bio-Lebensmittel kaufen

### Top-Two: Kaufe ausschließlich/häufig



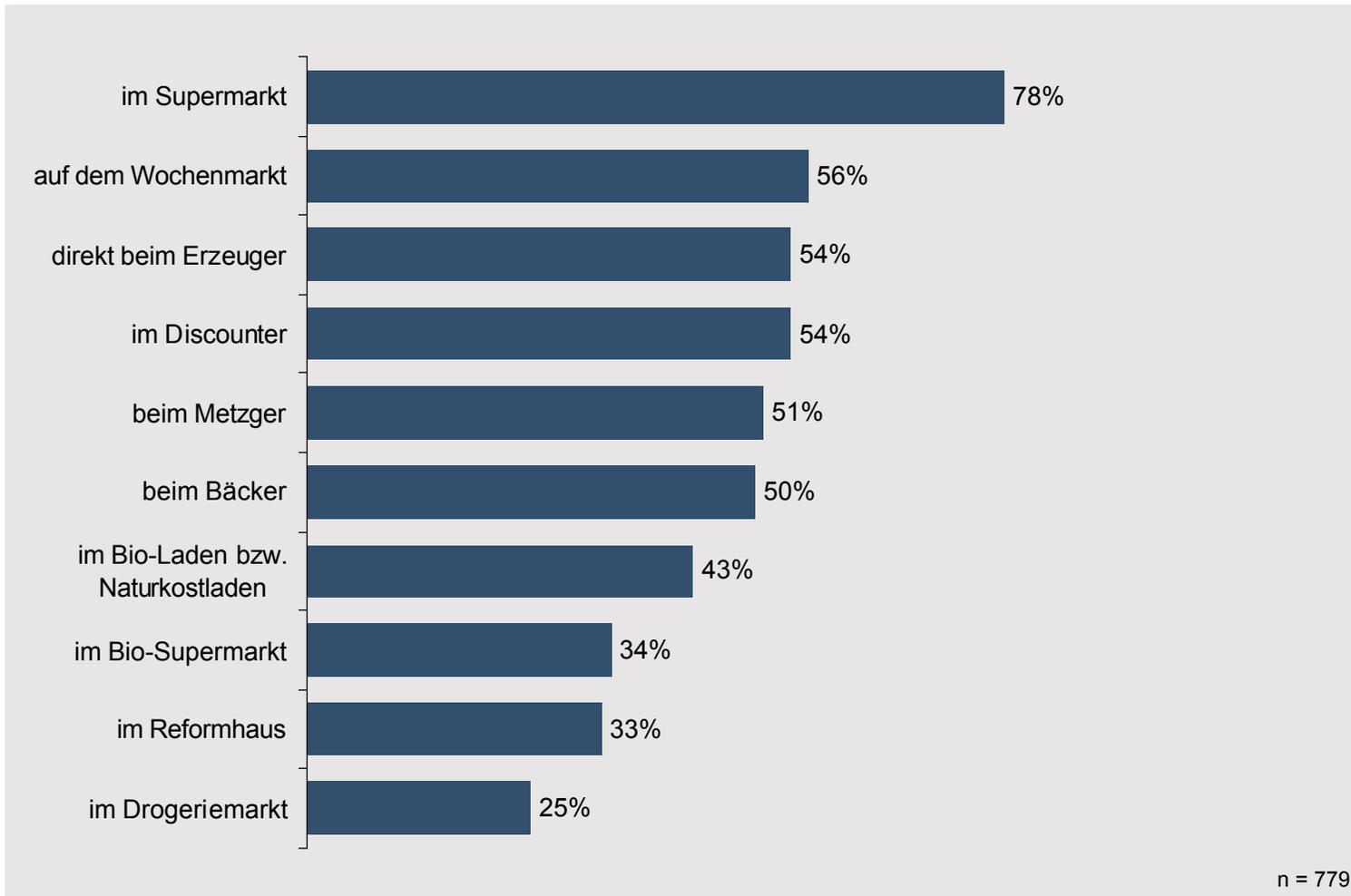
Nicht dargestellt: Personen, die das jeweilige Lebensmittel generell nicht kaufen, egal ob aus Bio- oder aus konventionellem Anbau; n = 779



# Bevorzugter Ort zum Einkauf von Bio-Lebensmitteln

## Wo kaufen Sie Bio-Produkte?

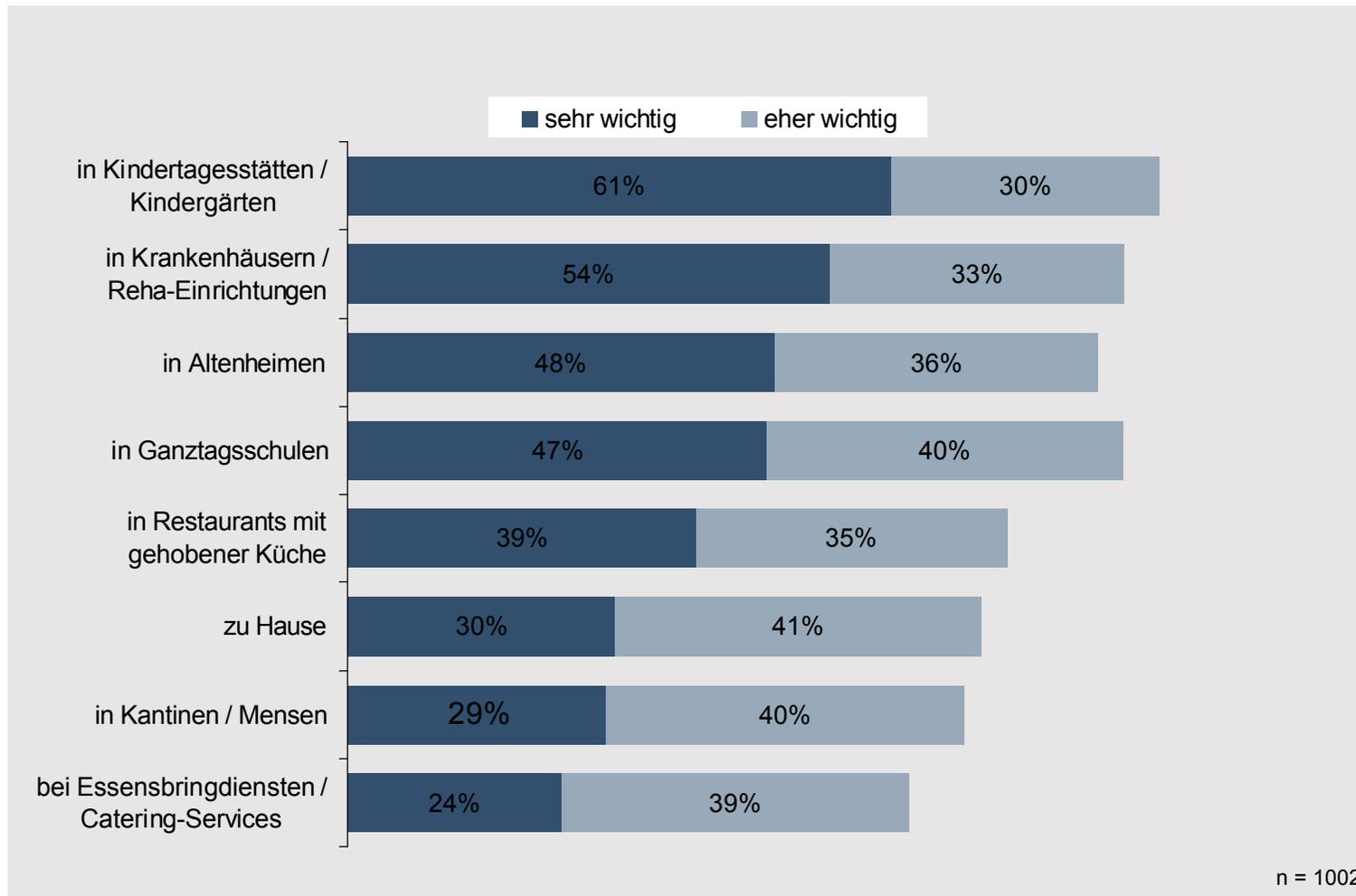
Selektion: Befragte, die derzeit Bio-Lebensmittel kaufen, Mehrfachnennungen möglich



# Wichtigkeit des Angebots von Bio-Lebensmitteln

## Für wie wichtig halten Sie es, dass in den folgenden Einrichtungen Bio-Kost angeboten wird?

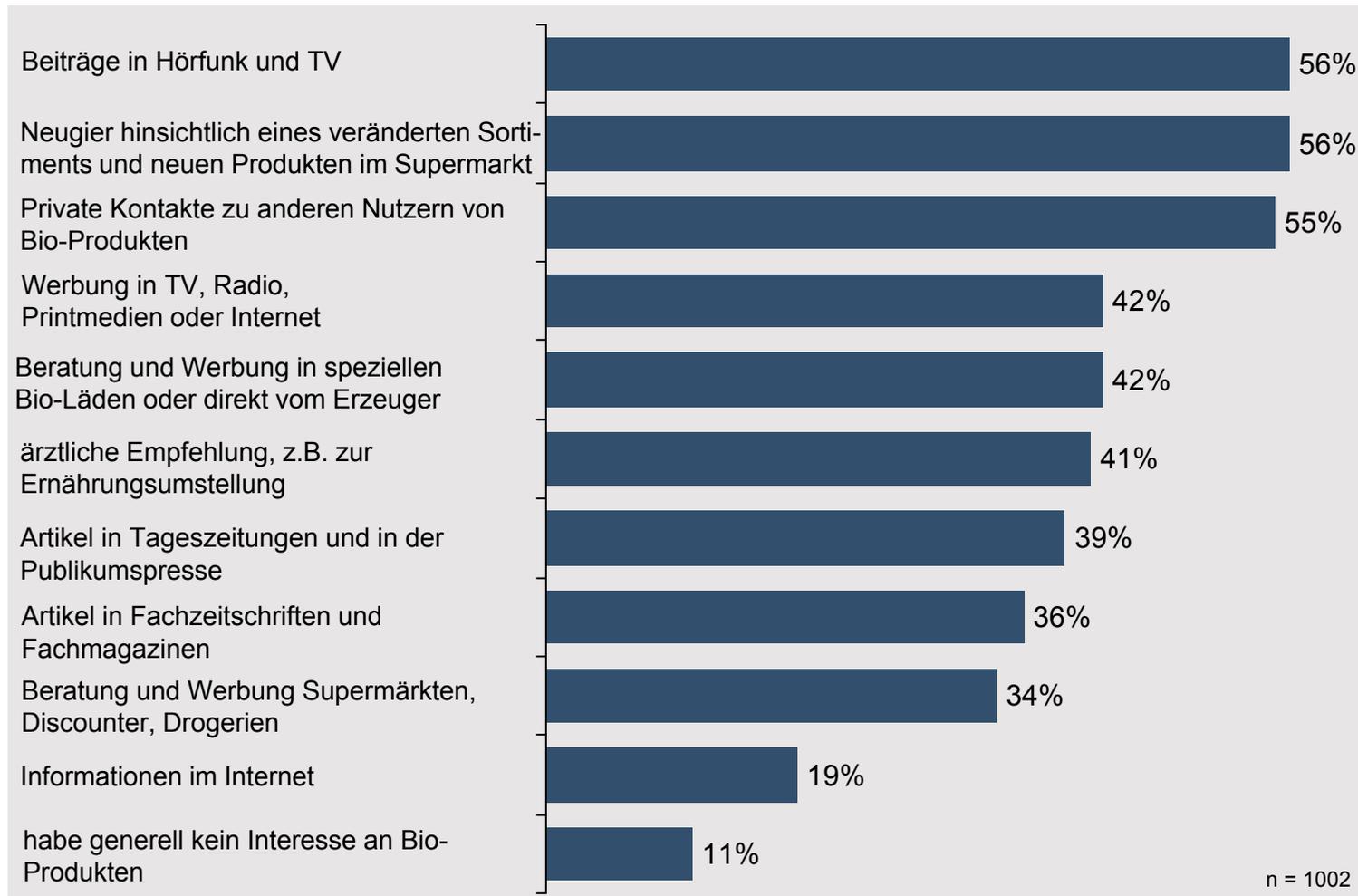
Top-Two (sehr wichtig/eher wichtig) auf einer Skala von 1= sehr wichtig bis 4= völlig unwichtig



# Bezug von Informationen über Bio-Lebensmittelprodukte

## Welche der folgenden Faktoren haben bislang Ihr Interesse an Bio-Produkten geweckt bzw. bestärkt?

Mehrfachnennungen möglich



# Zustimmung zu verschiedenen Aussagen

## Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Top-Two (stimme sehr zu/stimme eher zu) auf einer Skala von 1= stimme sehr zu bis 4= stimme überhaupt nicht zu

