



Ökobarometer 2012

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

Untersuchungsmethode - Datengrundlage

In Zusammenarbeit mit TNS Emnid Bielefeld wurde eine repräsentative, computer-gestützte Telefonbefragung (CATI) durchgeführt.

Grundgesamtheit: deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren; Stichprobe: 1.006 Befragte, davon 493 Männer und 513 Frauen.

Es können soziodemografische Daten wie Alter, Geschlecht, Schulbildung, Größe des Wohnortes, Berufstätigkeit, Einkommen, Haushaltsgröße sowie die Häufigkeit des Biolebensmitteleinkaufs unterschieden werden.

Die Befragung erfolgte am 24.1. und 26.1.2012.



Häufigkeit des Einkaufs von Biolebensmitteln

- Der Biokonsum unter den Deutschen ist im Vergleich zu 2010 konstant geblieben: Wie 2010 geben 21% an, häufig bzw. ausschließlich Biolebensmittel zu kaufen.
- Nur noch 23 Prozent aller Befragten kaufen nie Biowaren – ein Rückgang um 6% im Vergleich zu 2010. Auffällig ist: Immer mehr jüngere Personen unter 30 Jahren greifen zumindest gelegentlich zu Ökoprodukten (55%), eine Steigerung um 16% gegenüber der letzten Befragungswelle. Weiterhin gilt: Mit dem zur Verfügung stehenden Haushaltsnettoeinkommen und dem Bildungsgrad steigt auch die Anzahl der Biokäufer.
- Die Deutschen haben vor, in Zukunft mehr Biolebensmittel zu kaufen: So geben nur noch 15% an, auch künftig auf Biolebensmittel verzichten zu wollen. Vor zwei Jahren waren es noch 20%.



Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln

- Die wichtigsten Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln sind wie in den Vorjahren eine artgerechte Tierhaltung (94%), die regionale Herkunft bzw. die Unterstützung regionaler Betriebe (89%) sowie eine geringe Schadstoffbelastung (89%).
- Wie 2010 verzeichnete auch in diesem Jahr der Großteil der abgefragten Gründe Zustimmungszuwächse. Der Trend hält damit an: Für deutsche Biokäufer gibt es immer mehr Gründe, zu Bio zu greifen.
- In der Wertschätzung gestiegen ist das Thema „Gesunde Kinderernährung bzw. Ernährung während der Schwangerschaft“. 79% geben heute an, aus diesem Grund Biolebensmittel zu kaufen. Dies sind 9% mehr als noch vor zwei Jahren.
- Der Fair-Trade-Gedanke spielt in Westdeutschland eine größere Rolle als in Ostdeutschland. Mit zunehmendem Alter legen die Befragten, unabhängig vom Geschlecht, stärkeren Wert auf regionale Herkunft bzw. die Unterstützung regionaler Betriebe.



Wichtigste Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln

- Wie bereits bei den Vorgängerbefragungen sind optimale Frische und Qualität der Produkte sowie die Vermeidung von Pflanzenschutzmittelrückständen für die deutschen Verbraucher die wichtigsten Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln.
- Jeweils rund zwei Drittel der befragten Biokonsumenten zählen diese Faktoren zu den wichtigsten drei Aspekten beim Kauf ihrer Ökoprodukte.
- Die Bedeutung des positiven Beitrags zum Klimaschutz wird für die Biokäufer wieder wichtiger. Nach einem Rückgang 2010 stieg dieser Wert um 6 Prozentpunkte auf nun 39% – und liegt damit nahezu auf dem Niveau von 2008.
- Leicht zurückgegangen ist der Aspekt persönliche Bekanntheit des Erzeugers.



Häufigkeit des Erwerbs bestimmter Bioprodukte

- Auch dieses Jahr sind Eier, Obst und Gemüse, Kartoffeln, Brotwaren und Milchprodukte die Erzeugnisse, die am häufigsten aus biologischem Anbau gekauft werden. Die Zahlen für Bioeier und Biomilchprodukte sind im Vergleich zu 2010 leicht rückläufig.
- 38% aller befragten Käufer von Biolebensmitteln greifen bei Fleisch- und Wurstwaren ausschließlich oder häufig zu Waren in Ökoqualität. Dies entspricht einer Steigerung von 3% im Vergleich zur letzten Befragungswelle. Der Wert von Trockenwaren, wie Nudeln, Mehl oder Reis, ist leicht gestiegen. Die Werte von alkoholischen und nicht alkoholischen Getränken sind unverändert.
- Knapp jeder vierte Biokonsument (24%) erwirbt häufig oder ausschließlich Fisch aus biologischer Aufzucht. Dies bedeutet einen leichten Anstieg.



Bevorzugter Ort zum Einkauf von Biolebensmitteln

- Beliebtester Ort für den Einkauf von Biolebensmitteln bleibt der konventionelle Supermarkt (84%). Discounter liegen neu auf Rang zwei (63%). Beide konnten in ihrer Beliebtheit gegenüber 2010 um jeweils 3 Prozentpunkte zulegen.
- Auch Bio- bzw. Naturkostfachgeschäfte legten um 3% zu. Dagegen verzeichneten Wochenmärkte und Direktvermarkter bei der Frage nach dem beliebtesten Einkaufsort leichte Einbußen.
- Nahezu konstant im Vergleich zur Vorgängerbefragung bleiben die Ergebnisse für Biosupermärkte (36%), Drogerien (33%) und Reformhäuser (29%).
- Eine Abo-Kiste (4%), das Internet (2%), Kioske oder Tankstellen (2%) sind als Einkaufsmöglichkeit für Biolebensmittel weniger beliebt.
- Discounter stehen bei ostdeutschen Biokäufern besonders hoch im Kurs. Während Metzger als Bioeinkaufsort vor allem bei Männern beliebt sind, schätzen Frauen Reformhäuser und Drogeriemärkte.



Bezug von Informationen über Biolebensmittelprodukte

- Private Kontakte zu anderen Biokonsumenten wecken bzw. verstärken auch in diesem Jahr das Interesse für Bioprodukte am meisten. Der Wert stieg um 2 Prozentpunkte auf nun 60%. Am zweithäufigsten wurde das Interesse durch eigene Initiative oder auf ärztliche Empfehlung gestärkt (54%).
- Wieder wichtiger wird die Rolle der Medien. Nach Rückgängen bei den vergangenen Umfragen, steigt die Bedeutung von Beiträgen in Hörfunk und TV (45%) sowie in Tages- und Fachzeitschriften (40%) spürbar an.
- Das Informations- und Beratungsplus sehen die Umfrageteilnehmer weiterhin klar aufseiten der Biofachgeschäfte. 43% informieren sich hier über Ökolebensmittel. Bei konventionellen Supermärkten und Discountern liegt dieser Wert bei 33%.



Vertrauen zu Biolebensmitteln verschiedener Anbieter

- In puncto Einhaltung der Kriterien des ökologischen Landbaus vertrauen die befragten Biokäufer auch weiterhin in erster Linie den Erzeugern. Es folgen Bio- und Naturkostläden sowie Biometzger und -bäcker vor Reformhäusern, Biosupermärkten und Drogerien.
- Auffällig ist weiterhin die gespaltene Wahrnehmung von konventionellen Supermärkten und Discountern. Obwohl diese bei den befragten Ökokäufern zu den beliebtesten Einkaufsstätten für Bioprodukte zählen, ist das Vertrauen in diese – was die Einhaltung der Ökolandbau-Kriterien betrifft – am geringsten.
- Die Studienteilnehmer bewerten die abgefragten Biobezugsorte insgesamt positiver als noch bei früheren Erhebungen. Nahezu alle Einkaufsorte konnten ihre Vertrauenswerte verbessern. Einzige Ausnahme sind die Discounter.



Verbraucherinformationen

- 54% der Befragten stimmen der Aussage zu, in puncto Bio umfassend informiert zu sein. 23% teilen diese Feststellung eher nicht. 13% stimmen der Aussage, umfassend Bescheid zu wissen, sogar sehr zu. Überhaupt nicht informiert fühlen sich 10% der Umfrageteilnehmer. Insbesondere Verbraucher, die ausschließlich oder häufig Biolebensmittel kaufen, fühlen sich gut informiert. Unter den Gelegenheitskäufern sind es 64%, bei den Nichtkäufern 26%.
- Obwohl sich die Nichtkäufer am schlechtesten informiert fühlen, wünscht sich nur gut die Hälfte (54%) weiter gehende Informationen. Von den Gelegenheitskäufern wünschen sich dies 81%, bei den Personen, die Bioprodukte ausschließlich oder häufig kaufen, 82%.
- 71% der Befragten, die gegenüber weiteren Informationen zum Thema Biolebensmittel generell nicht abgeneigt sind, würden verstärkt Ökoprodukte kaufen, wenn sie mehr Informationen über die Hintergründe und Auswirkungen des Ökolandbaus bekämen. Die verstärkte Kaufbereitschaft durch mehr Informationen ist vor allem bei den häufigen und den gelegentlichen Biolebensmittel-Käufern gegeben (84% bzw. 78%).



Wichtigkeit des Angebots von Biokost

- Dass Biolebensmittel in Kindertagesstätten und Kindergärten angeboten werden, halten 92% der Befragten für wichtig oder sehr wichtig, ein Plus von 4% gegenüber 2010. Auch für Krankenhäuser und Reha-Einrichtungen (87%), Ganztagschulen (86%) und Altenheime (83%) wird die Bedeutung einer Bioernährung heute höher eingestuft.
- Deutlich im Plus sind auch die Zahlen für den Verzehr von Biolebensmitteln in Restaurants mit gehobener Küche (74%), zu Hause oder in Kantinen bzw. Mensen (jeweils 72%).
- 57 Prozent ist der Einsatz von Biolebensmitteln bei Catering-Services wichtig oder sogar sehr wichtig.



Wichtige Verpackungsinformationen für Verbraucher

- Eine Verpackungsinformation zu Herkunftsstaat, Bundesland oder Regionalbezeichnung ist für 91% der Umfrageteilnehmer wichtig, um sich zu vergewissern, ob ein Produkt aus der Region stammt. 81% wünschen sich die Erzeugeradresse als Angabe auf der Verpackung. Ein Regionalsiegel wäre für 78% ein verlässliches Kriterium zur Erkennung der Herkunft.
- Beiliegende Info-Flyer oder -Karten mit Angaben zu Produkt, Erzeuger und/oder Verarbeiter sind für gut zwei Drittel (63%) der Befragten ein sinnvolles Informationsplus. Hinweise auf konkrete Betriebsporträts im Internet, zum Beispiel über QR-Codes, wünschen sich 42%.
- Verbraucher, die ausschließlich oder häufig Biowaren kaufen, stehen detaillierten Herkunftsinformationen besonders offen gegenüber.



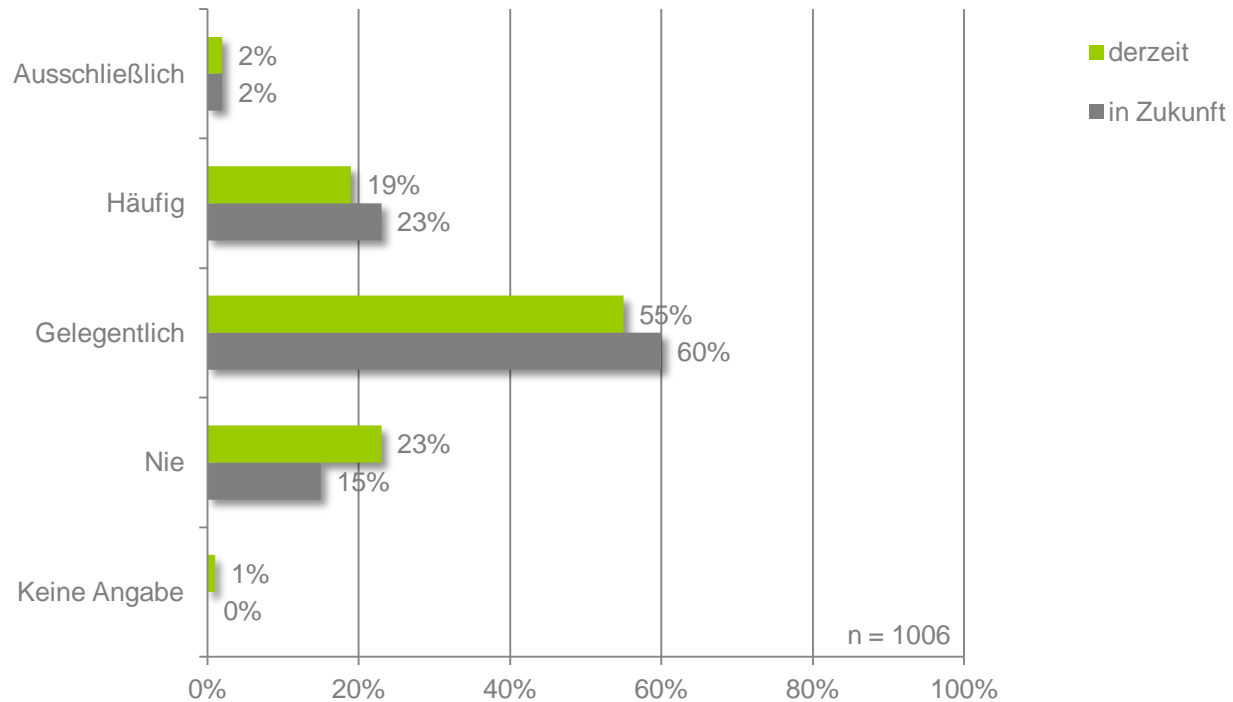
Wichtigkeit von zusätzlichen Infos auf Bioprodukten

- Regionale Kennzeichnung (90%) und Fair-Trade-Hinweise (89%) sind den befragten Biokäufern als zusätzliche Infos auf Ökoprodukten besonders wichtig.
- Es folgen die Wünsche nach Nachhaltigkeitsauszeichnung (72%) und Tierwohl-Label (70%). Hinweise zur klimaschonenden Herstellung eines Produkts nennt gut die Hälfte (52%) der befragten Biokonsumenten.
- Während Männer einen gesteigerten Wert auf Nachhaltigkeitsauszeichnungen legen, rückt bei Frauen das Tierwohl-Label stärker in den Vordergrund. Die Bedeutung des Tierwohl-Labels nimmt mit dem Alter der Befragten zu.
- Der Wunsch nach einem Fair-Trade-Logo ist bei westdeutschen Biokäufern leicht stärker ausgeprägt.



Häufigkeit des Einkaufs von Biolebensmitteln

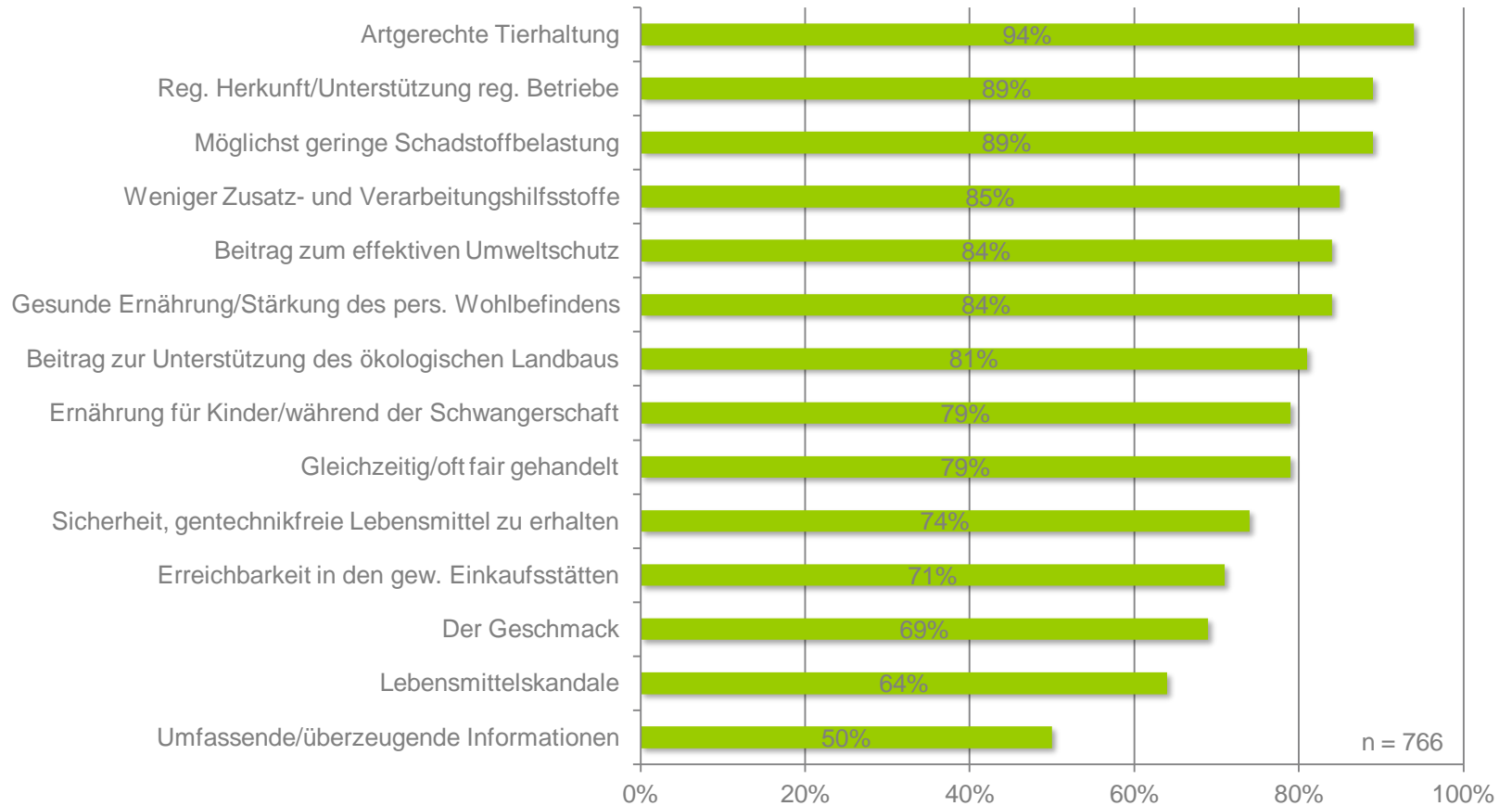
Was schätzen Sie, wie häufig kaufen Sie derzeit Biolebensmittel ein/werden Sie in Zukunft Biolebensmittel einkaufen?



Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln

Was sind für Sie Gründe, die Sie dazu veranlassen, Bioprodukte zu kaufen?

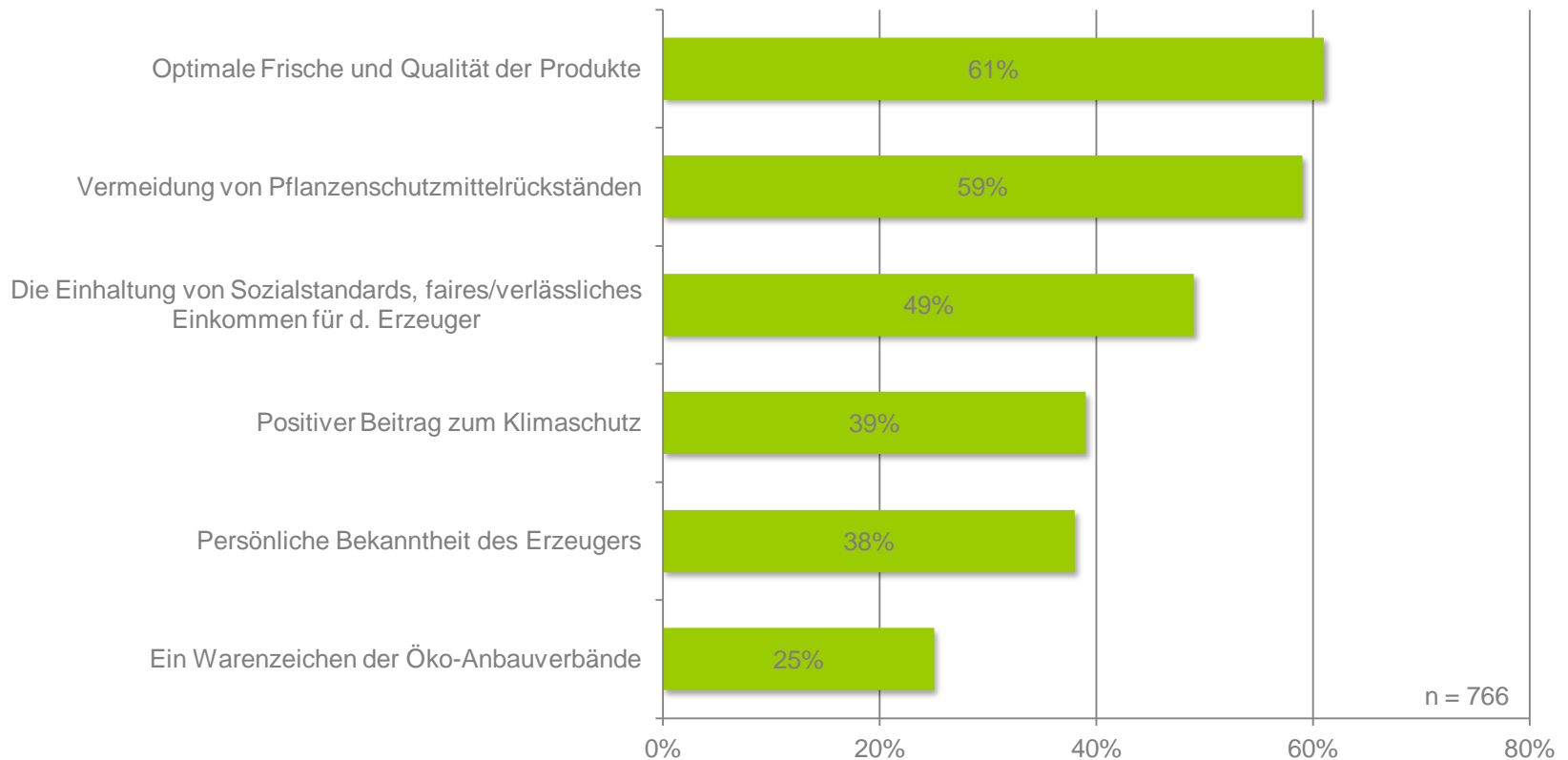
Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennung möglich



Wichtige Aspekte für den Kauf von Biolebensmitteln

Welche der folgenden Aspekte sind für Sie beim Einkauf von Biolebensmitteln am wichtigsten?

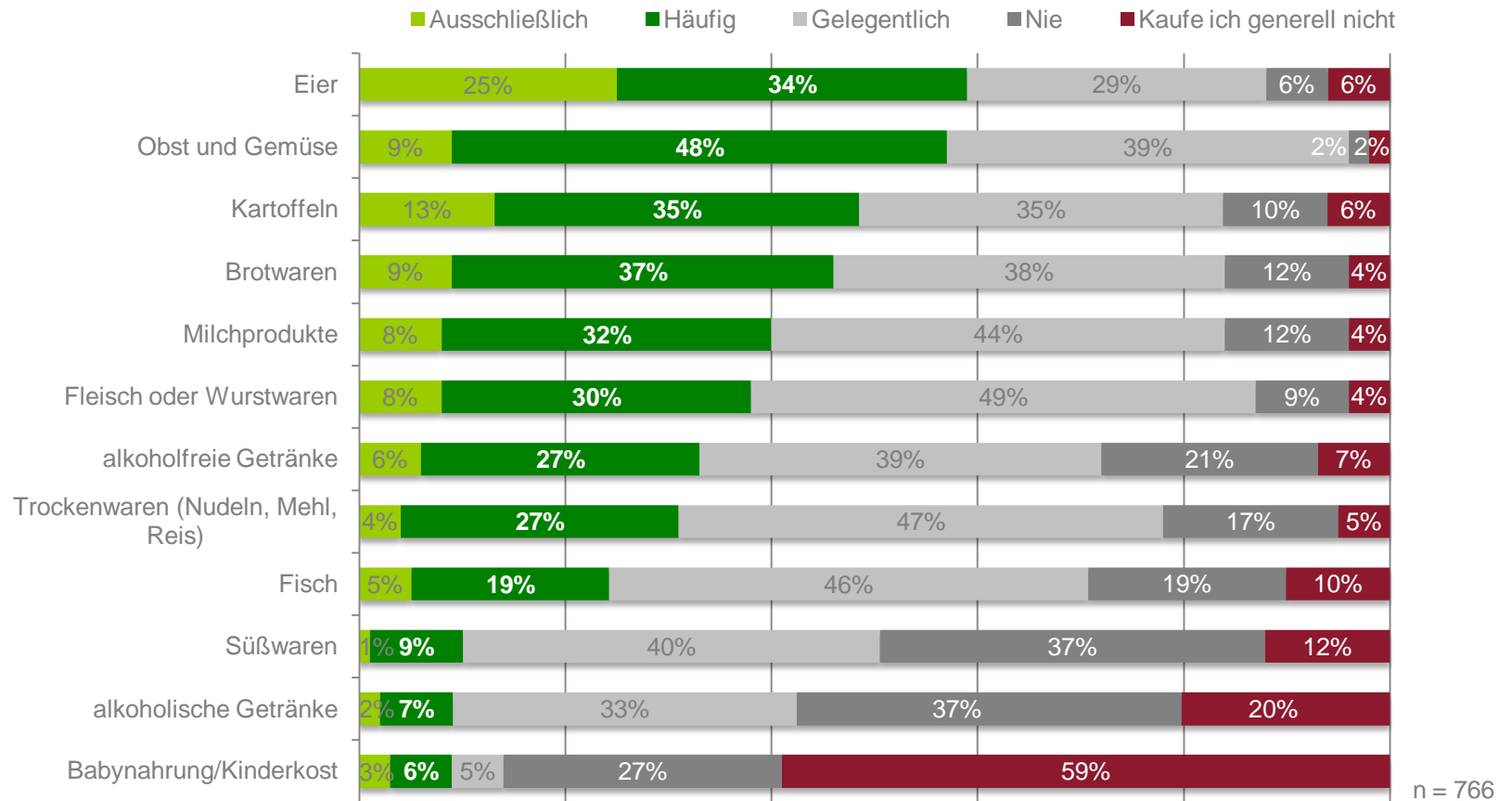
Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennung möglich



Häufigkeit des Erwerbs bestimmter Bioprodukte I

Wie häufig erwerben Sie die folgenden Biolebensmittel?

Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen

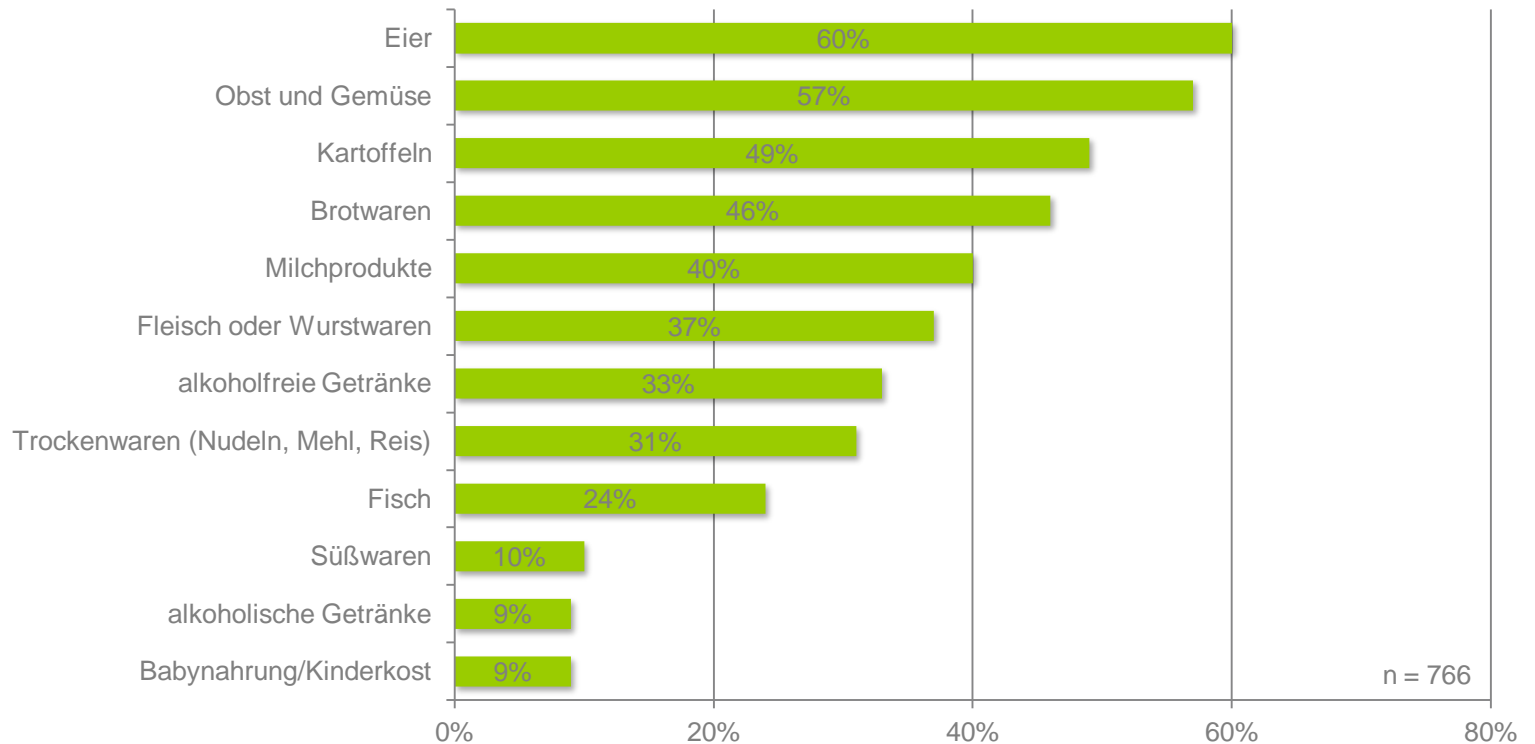


Häufigkeit des Erwerbs bestimmter Bioprodukte II

Wie häufig erwerben Sie die folgenden Biolebensmittel?

Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen

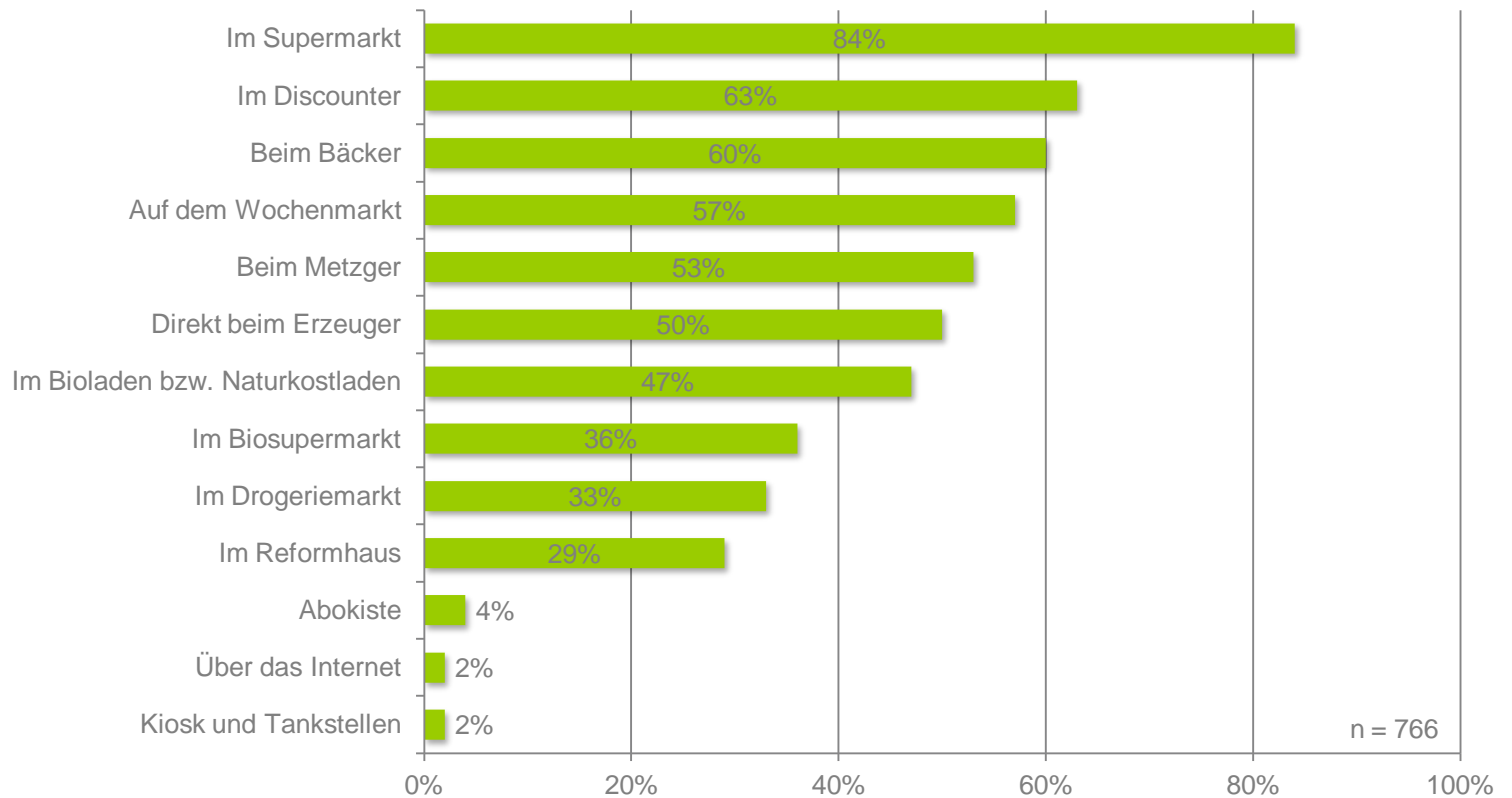
Top Two (Kaufe ich ausschließlich/kaufe ich häufig) auf einer Skala von „Kaufe ich ausschließlich, häufig, gelegentlich, nie“ bis „Kaufe ich generell nicht“



Bevorzugter Ort zum Einkauf von Biolebensmitteln

Wo kaufen Sie Bioprodukte?

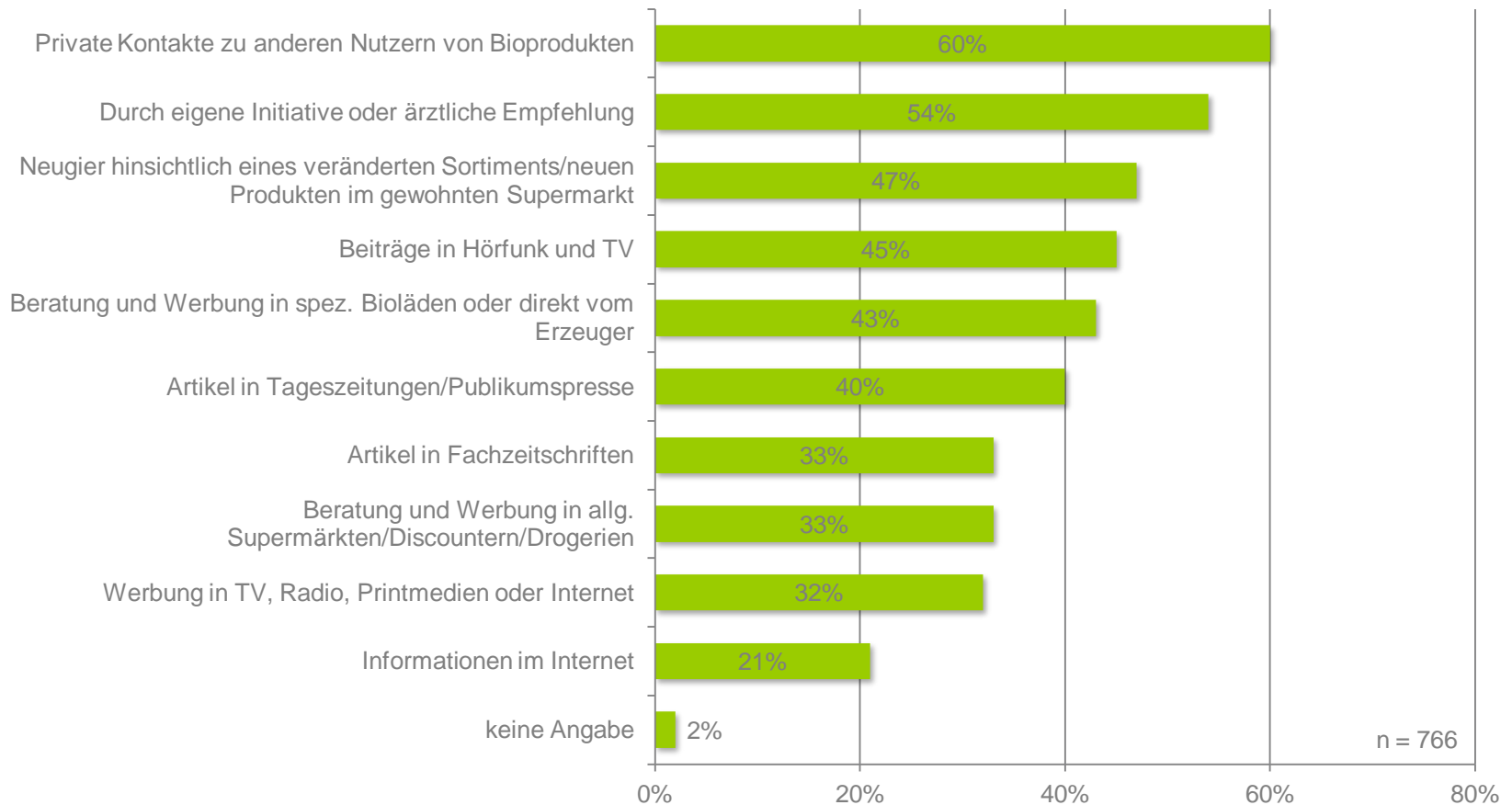
Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennung möglich



Bezug von Informationen über Biolebensmittelprodukte

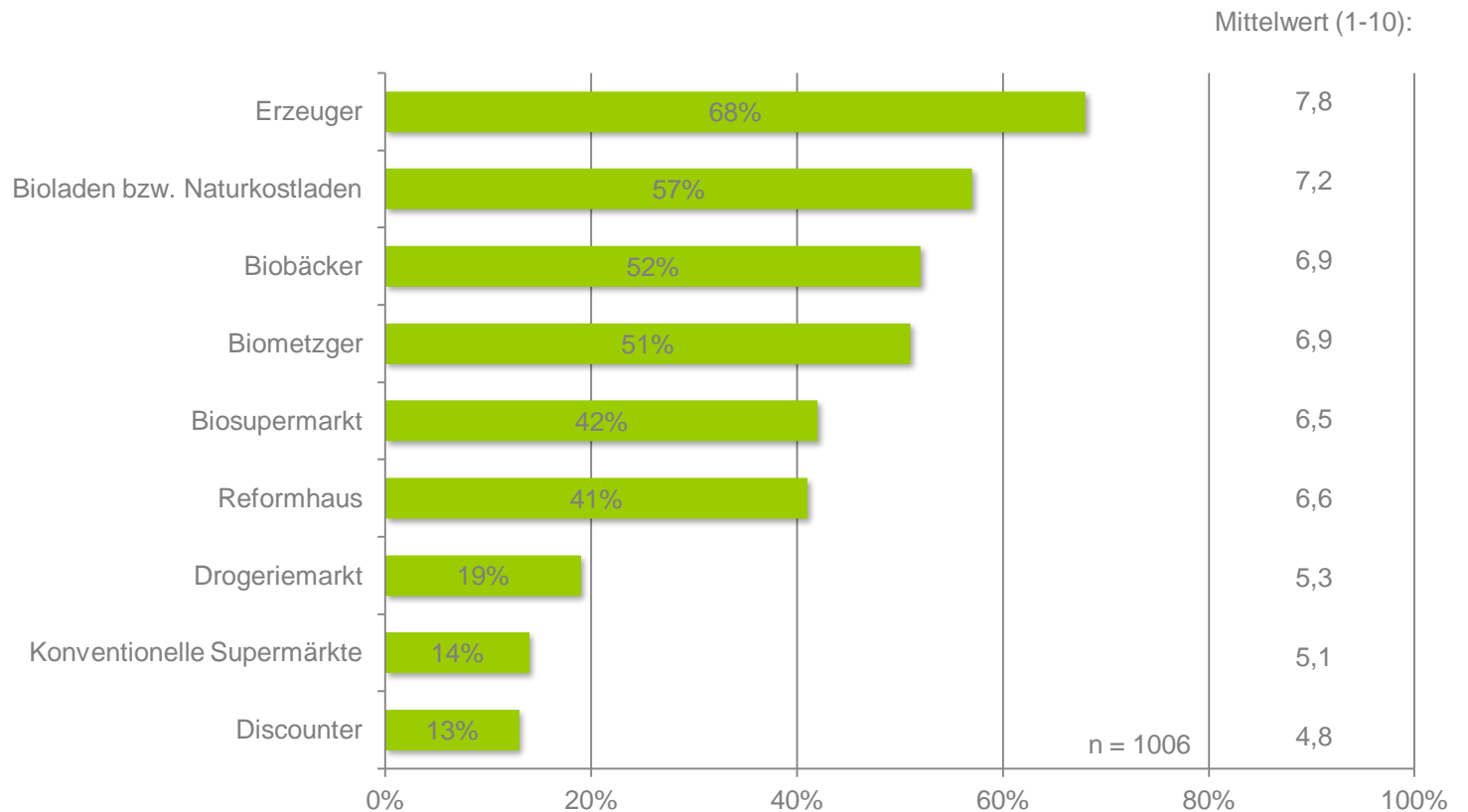
Was hat bislang Ihr Interesse an Bioprodukten geweckt bzw. bestärkt?

Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennung möglich



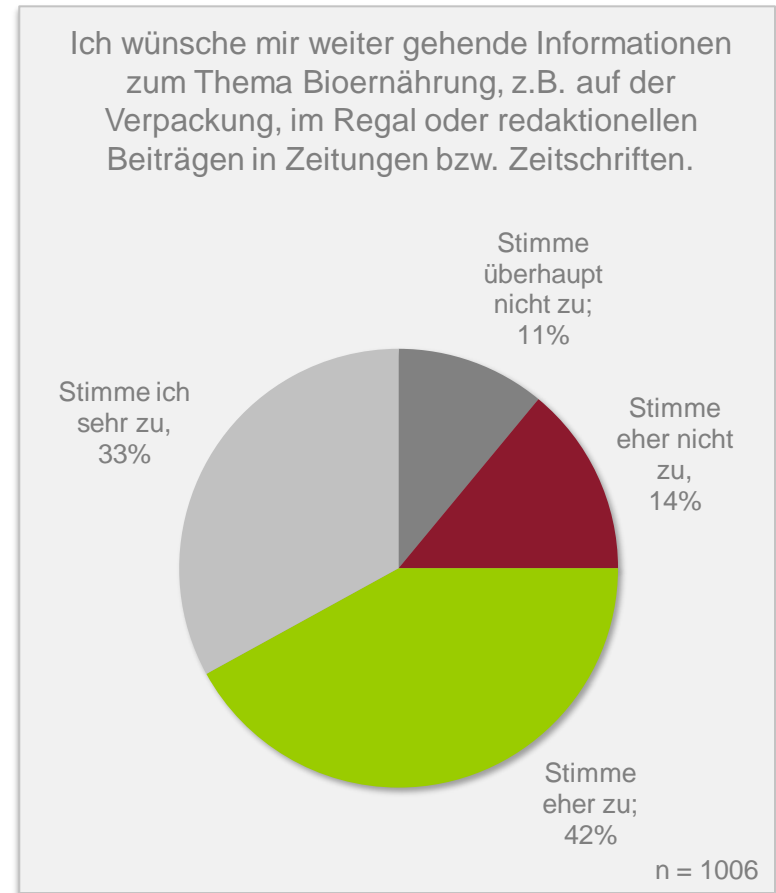
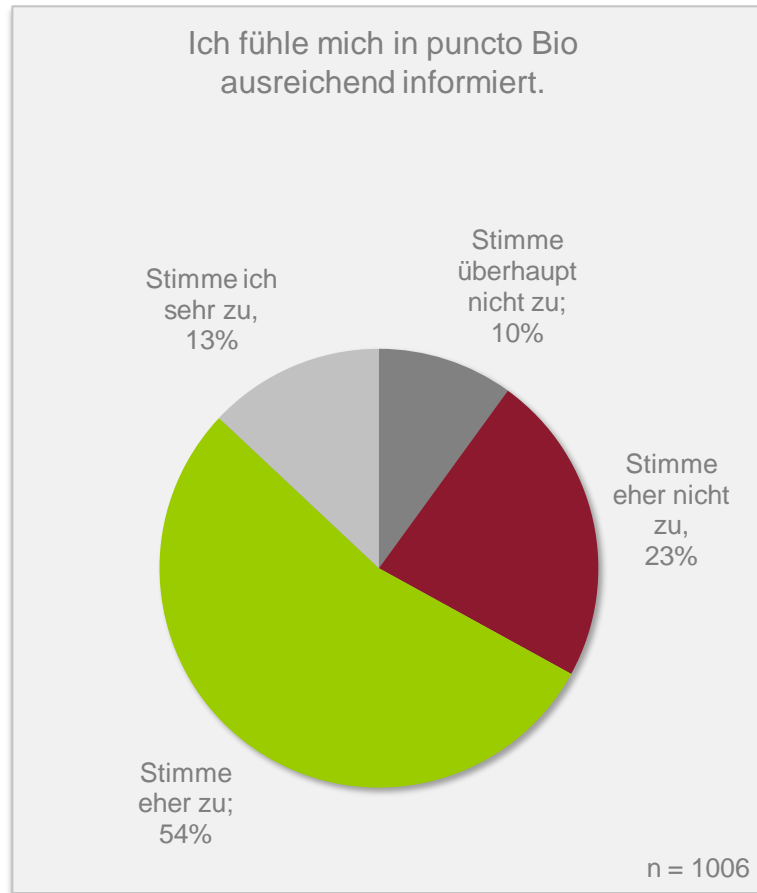
Vertrauen zu Biolebensmitteln verschiedener Anbieter

Bitte geben Sie für jede der folgenden Einkaufsstätten Ihre persönliche Einschätzung ab, wie sehr Sie den dort verkauften Biolebensmitteln vertrauen.
 Top Three (8-10) auf einer Skala von 10: Ich habe dazu volles Vertrauen
 bis 1: Ich habe dazu überhaupt kein Vertrauen



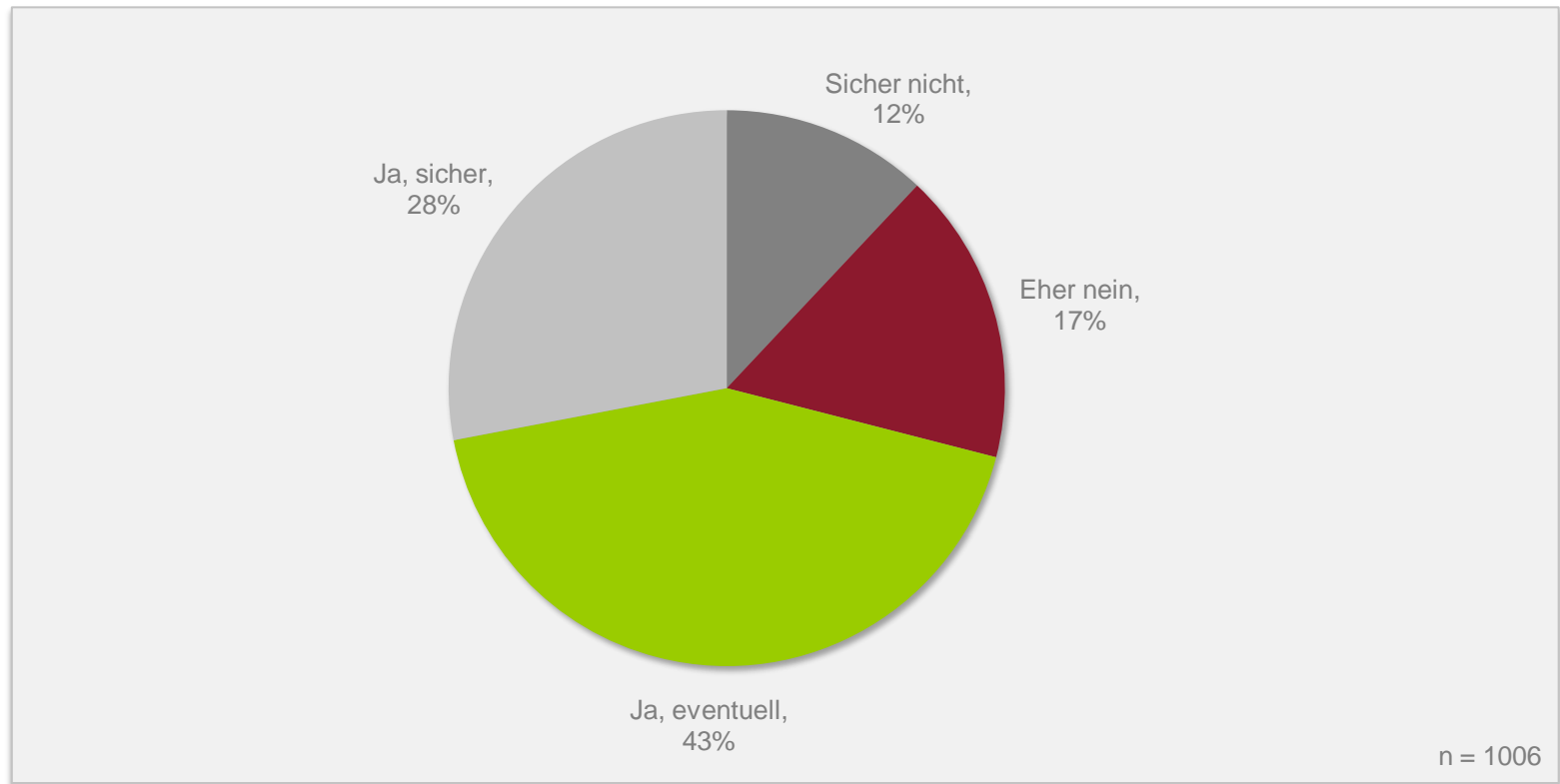
Verbraucherinformationen I

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht?



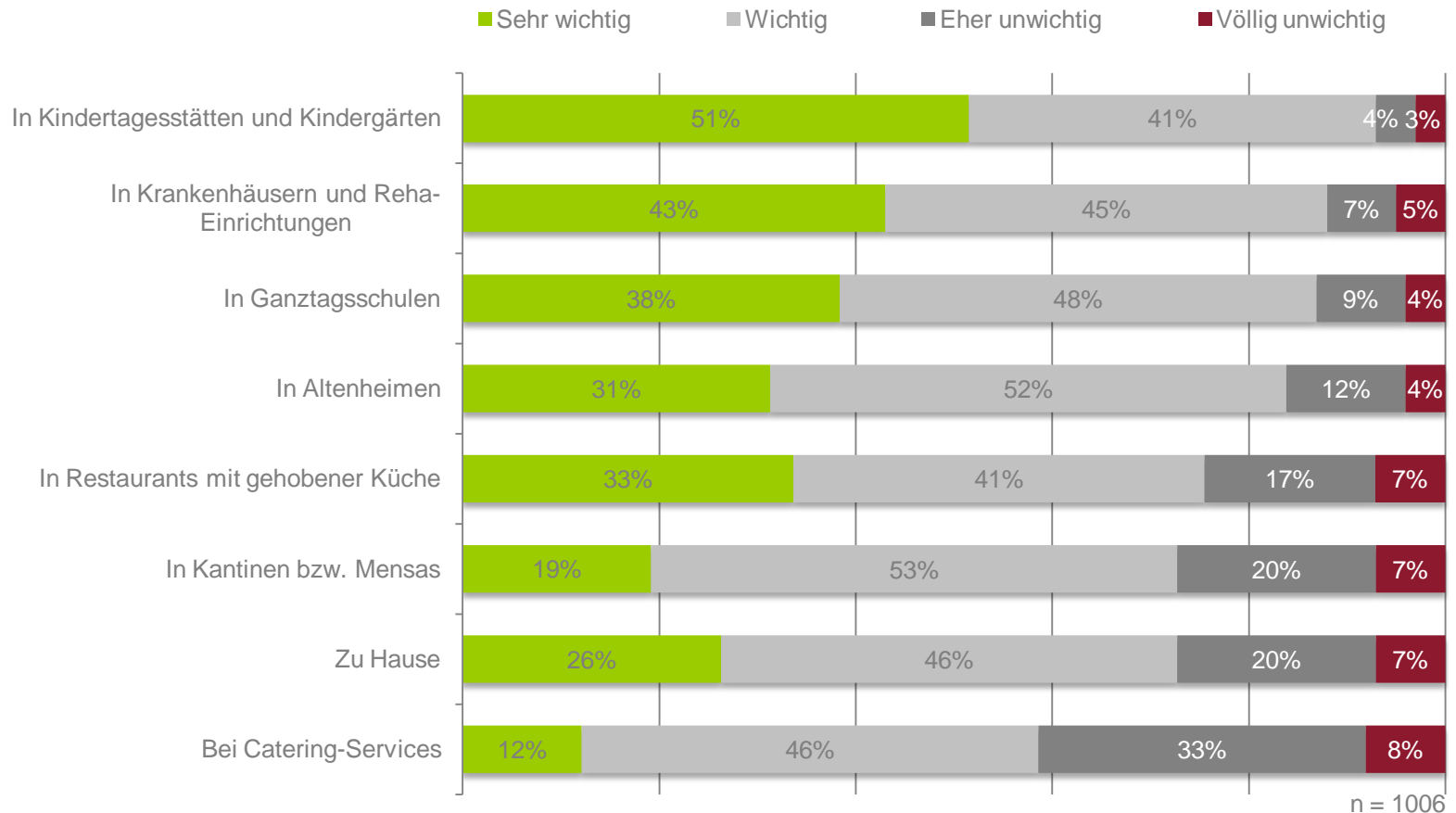
Anreize zum Kauf von Biolebensmitteln II

Würden Sie verstärkt Biolebensmittel kaufen, wenn Sie mehr Informationen über die Hintergründe und Auswirkungen des ökologischen Landbaus bekämen?



Wichtigkeit des Angebots von Biokost

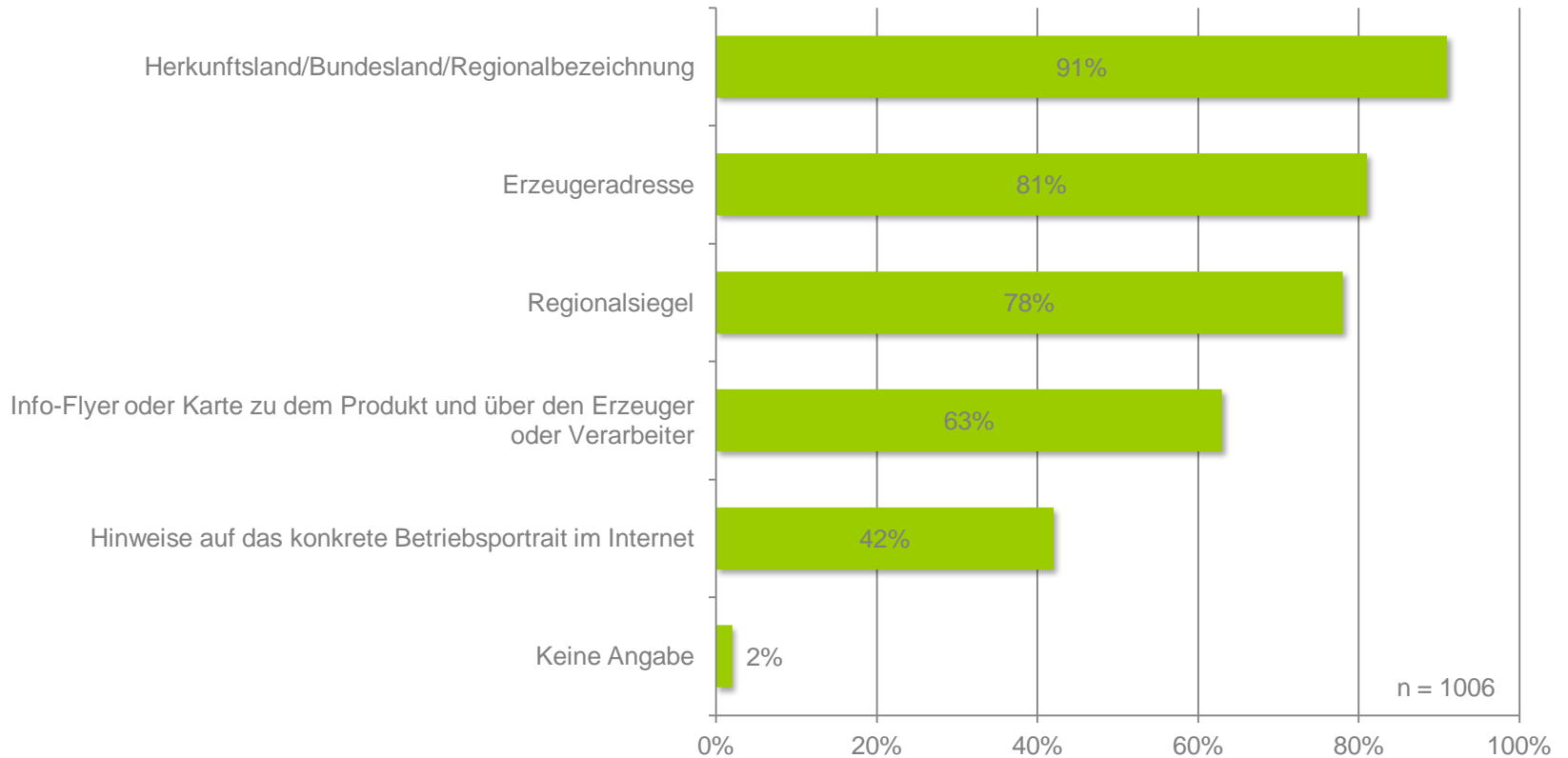
Für wie wichtig halten Sie es, dass in den folgenden Einrichtungen Biokost angeboten wird?



Wichtige Verpackungsinformationen für Verbraucher

Welche Informationen – auf der Verpackung – sind für Sie besonders wichtig, um sich zu vergewissern, dass ein Produkt aus der Region stammt?

Mehrfachnennung möglich



Wichtigkeit von zusätzlichen Infos auf Bioprodukten

Sind für Sie als Käufer von Bioprodukten zusätzliche Angaben wichtig?

Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennung möglich

