



Ökobarometer 2013

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

BÖLN

Bundesprogramm Ökologischer Landbau
und andere Formen nachhaltiger
Landwirtschaft

Untersuchungsmethode – Datengrundlage

- In Zusammenarbeit mit TNS Emnid Bielefeld wurde eine repräsentative, computer-gestützte Telefonbefragung (C.A.T.I.) durchgeführt.
- Grundgesamtheit: deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren; Stichprobe: 1.002 Befragte, davon 491 Männer und 511 Frauen
- Es können soziodemografische Daten wie Alter, Geschlecht, Schulbildung, Größe des Wohnortes, Berufstätigkeit, Einkommen, Haushaltsgröße sowie die Häufigkeit des Biolebensmitteleinkaufs unterschieden werden.
- Befragungszeitraum: Mai 2013



Häufigkeit des Einkaufs von Biolebensmitteln

- Die Häufigkeit des Biokonsums unter den Deutschen ist im Vergleich zu 2012 nahezu konstant geblieben: 22% geben an, häufig bzw. ausschließlich Biolebensmittel zu kaufen (+1 Prozentpunkt). 52% sagen, gelegentlich Ökoprodukte zu erwerben (-3 Prozentpunkte). 26% kaufen diese laut eigenen Angaben nie (+3 Prozentpunkte).
- Auffällig: Die steigende Beliebtheit von Bio bei jungen Menschen hält an. 23% aller Befragten unter 30 Jahren erklären, häufig zu Lebensmitteln aus ökologischem Anbau zu greifen – ein Plus von 9 Prozentpunkten.
- Demgegenüber geht der Biokonsum bei älteren Verbrauchern tendenziell zurück. Gaben 2012 noch 26% aller Befragten zwischen 50 und 59 Jahren an, ausschließlich oder häufig Biowaren zu erwerben, waren es bei der aktuellen Studie nur 19%. Auch der Anteil der Nicht-Biokäufer ist unter älteren Konsumenten deutlich gestiegen (50-59 Jahre: +9 Prozentpunkte, ab 60 Jahren: +8 Prozentpunkte).
- 19% der Befragten geben an, auch in Zukunft nie Biolebensmittel kaufen zu wollen. Das sind 4 Prozentpunkte mehr als 2012.



Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln

- Als wichtigsten Grund für den Kauf von Biolebensmitteln nennen die befragten Biokäufer nun erstmals die regionale Herkunft bzw. Unterstützung regionaler Betriebe (87%).
- Eine artgerechte Tierhaltung ist für 85% ein Top-Argument – ein Minus von 9 Prozentpunkten gegenüber der Vorjahreserhebung. Auf Platz drei folgt die geringe Schadstoffbelastung. Dieser Grund wird von 83% der deutschen Biokäufer genannt (-6 Prozentpunkte).
- Die regionale Herkunft wird mit zunehmendem Alter immer wichtiger und spielt in Ostdeutschland eine tendenziell größere Rolle als in Westdeutschland.
- Den Schutz vor Lebensmittelskandalen geben 59% als Argument für den Biokauf an – ein Minus von 5 Prozentpunkten gegenüber 2012.



Häufigkeit des Erwerbs bestimmter Bioprodukte

- Obst und Gemüse werden von deutschen Biokäufern am häufigsten aus ökologischem Anbau gekauft. Eier – 2012 noch führend in dieser Liste – folgen auf Platz zwei. Dritte im Ranking bleiben Kartoffeln.
- Der Wert für Milchprodukte ist bei der Frage nach der Häufigkeit des Erwerbs leicht gestiegen (+3 Prozentpunkte im Vergleich zu 2012). Insbesondere in Ostdeutschland, bei jüngeren Verbrauchern unter 40 Jahren und Single-Haushalten wächst die Beliebtheit.
- 32% aller befragten Käufer von Biolebensmitteln greifen bei Fleisch- oder Wurstwaren ausschließlich oder häufig zu Produkten in Ökoqualität – ein Rückgang von 6 Prozentpunkten gegenüber 2012. Dies ist vor allem auf die Gruppe der nicht berufstätigen und jüngeren Biokäufer sowie kleine und Einzelhaushalte zurückzuführen. Zudem ist der Rückgang ein mögliches Indiz für eine wachsende Gruppe von Menschen, die bewusst auf Fleisch verzichten.
- Die Werte für alkoholfreie und alkoholische Getränke, Fisch, Süßwaren und Babynahrung sind nahezu unverändert. Trockenwaren wie Nudeln, Mehl oder Reis verzeichnen einen Rückgang um 3 Prozentpunkte.



Bevorzugter Ort zum Einkauf von Biolebensmitteln

- Biolebensmittel werden weiterhin am häufigsten in der gewohnten Einkaufsstätte, dem konventionellen Supermarkt (82%), gekauft. Discounter können Rang zwei (64%) leicht ausbauen (+1 Prozentpunkt). Bäcker (58%) und Wochenmärkte (57%) belegen wie 2012 die Plätze drei und vier.
- Auffällig: Der Direktkauf beim Erzeuger wird immer beliebter. 54% aller befragten Biokäufer geben an, hier ihre Ökoprodukte zu erwerben – ein Plus von 4 Prozentpunkten gegenüber 2012. Dies legt den Schluss nahe, dass kurze und nachvollziehbare Wertschöpfungsketten beliebter werden.
- 40% der befragten Biokäufer geben an, Produkte mit Bio-Label im Biosupermarkt zu erwerben. Das Plus von 4 Prozentpunkten gegenüber der Vorgängererhebung lässt sich vor allem an der steigenden Beliebtheit der Biosupermärkte bei jungen Verbrauchern festmachen.
- Die Werte für Bio- bzw. Naturkostfachgeschäfte, Drogerien, Reformhäuser, Abokisten, Internet-Bezugsquellen sowie Kioske und Tankstellen bleiben nahezu konstant.



Wichtigste Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln

- Wie bereits bei den Vorgängerbefragungen sind die Vermeidung von Pflanzenschutzmittelrückständen (52%) sowie optimale Frische und Qualität der Produkte (50%) für die deutschen Verbraucher die wichtigsten Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln.
- Der Aspekt optimale Frische und Qualität der Produkte hat überdurchschnittlich stark an Bedeutung verloren. Er sinkt in der Verbraucherwahrnehmung um 11 Prozentpunkte.
- Nach zwischenzeitlichen Rückgängen wird die Bedeutung des positiven Beitrags zum Umwelt- und Klimaschutz für die deutschen Biokäufer wieder wichtiger (41%, +2 Prozentpunkte gegenüber 2012). Vor allem in Ostdeutschland spielt das Umweltschutzplus eine zunehmend größere Rolle (+8 Prozentpunkte gegenüber 2012).
- Um 4 Prozentpunkte gestiegen ist der Aspekt persönliche Bekanntheit des Erzeugers. Dies bestätigt den Trend hin zu transparenten Wertschöpfungsketten und Waren aus regionalem Anbau.



Bezug von Informationen über Biolebensmittelprodukte

- Weiterhin sind private Kontakte zu anderen Biokonsumenten der wichtigste Faktor, um das Interesse für Bioprodukte zu wecken bzw. zu stärken (60%).
- Erstmals am zweithäufigsten wird die Neugier hinsichtlich eines veränderten Sortiments und neuer Produkte im gewohnten Supermarkt genannt (52%, +5 Prozentpunkte gegenüber 2012).
- Unverändert wichtig ist die Rolle der klassischen Printmedien als Informationsquelle. 39% aller befragten Biokäufer geben an, sich in Tageszeitungen oder in Fach- und Publikumsmedien über Biolebensmittel zu informieren.
- Dagegen verliert das Internet an Akzeptanz. 16% der Befragten geben an, hier Informationen zu beziehen. Dies sind 5 Prozentpunkte weniger als noch 2012.
- Das Informations- und Beratungsplus sehen die Umfrageteilnehmer weiterhin klar aufseiten der Biofachgeschäfte. 41% informieren sich hier über Ökolebensmittel. Bei konventionellen Supermärkten und Discountern liegt dieser Wert bei 29%.



Lebensmittelskandale bei Bioprodukten

- 60% der Befragten glauben nicht, dass Bioprodukte im Vergleich zu konventioneller Ware weniger von Lebensmittelskandalen betroffen sind.
- Befragte, die angeben, ausschließlich oder häufig Bioprodukte zu kaufen, haben erwartungsgemäß das größte Vertrauen in Ökowaren. 63% von ihnen bekräftigen, dass Biolebensmittel weniger von Lebensmittelskandalen in Mitleidenschaft gezogen werden. Bei Befragten, die angeben, nie Bioprodukte zu kaufen, ist dies nur jeder Sechste.
- Über 60-Jährige haben größeres Vertrauen in Biolebensmittel als Befragte mittleren Alters.
- Befragte, die angeben, dass Ökoprodukte weniger durch Skandale betroffen sind, begründen dies mit den strengen Richtlinien und dem umfangreichen Kontrollwesen.



Bevorzugung von Lebensmitteln aus der Region

- Regionalität liegt im Trend: 92% aller Befragten bevorzugen Lebensmittel – egal ob aus konventionellem oder ökologischem Anbau –, die aus der Region stammen.
- Bei Frauen ist diese Entwicklung tendenziell ausgeprägter.
- Mit steigendem Alter und Bildungsniveau sowie Höhe des Haushaltseinkommens nimmt die Wertschätzung für Lebensmittel aus regionaler Erzeugung zu.
- Ebenfalls feststellbar: Für Städter spielt Regionalität eine größere Rolle als für Menschen aus ländlichen Räumen.
- Die Kombination „bio“ und „aus der Region“ wird von insgesamt 77% aller im Rahmen der Ökobarometer-Studie Befragten bevorzugt.
- Je älter die Umfrageteilnehmer, desto stärker ist der Wunsch nach Biolebensmitteln aus regionaler Erzeugung.



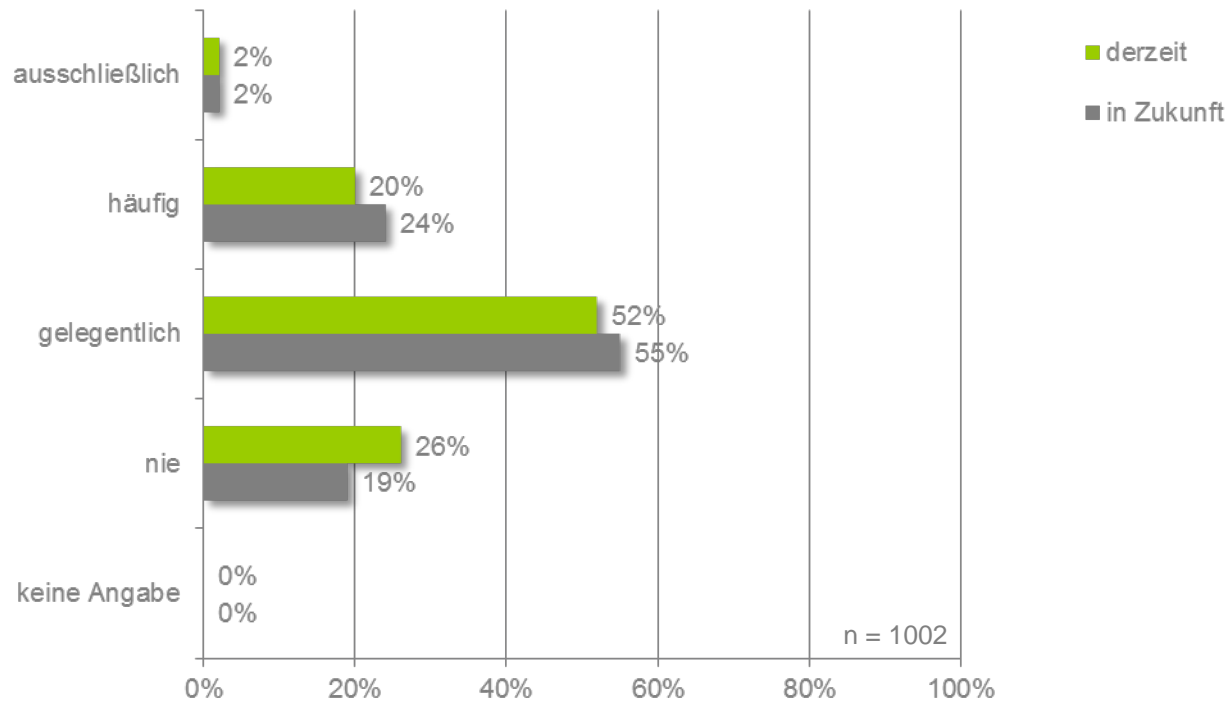
Bereitschaft, einen höheren Preis für regionale Produkte zu zahlen

- Drei von vier Befragten sind bereit, für Lebensmittel aus regionaler Erzeugung einen höheren Preis zu bezahlen.
- In Ostdeutschland ist diese Einstellung im Vergleich zu den alten Bundesländern tendenziell weniger stark ausgeprägt.
- Auch bei jüngeren Konsumenten, größeren Haushalten und Geringverdienern fällt die Mehrpreisbereitschaft weniger stark aus.
- Die Unterstützung von Familienbetrieben und der Wille, Erzeugern faire Preise zu zahlen, sind zwei der Hauptgründe für die Akzeptanz höherer Preise bei regionalen Produkten.
- Die Bereitschaft steigt darüber hinaus, wenn die Produkte durch Direktbelieferung und kürzere Transportwege besonders frisch sind.



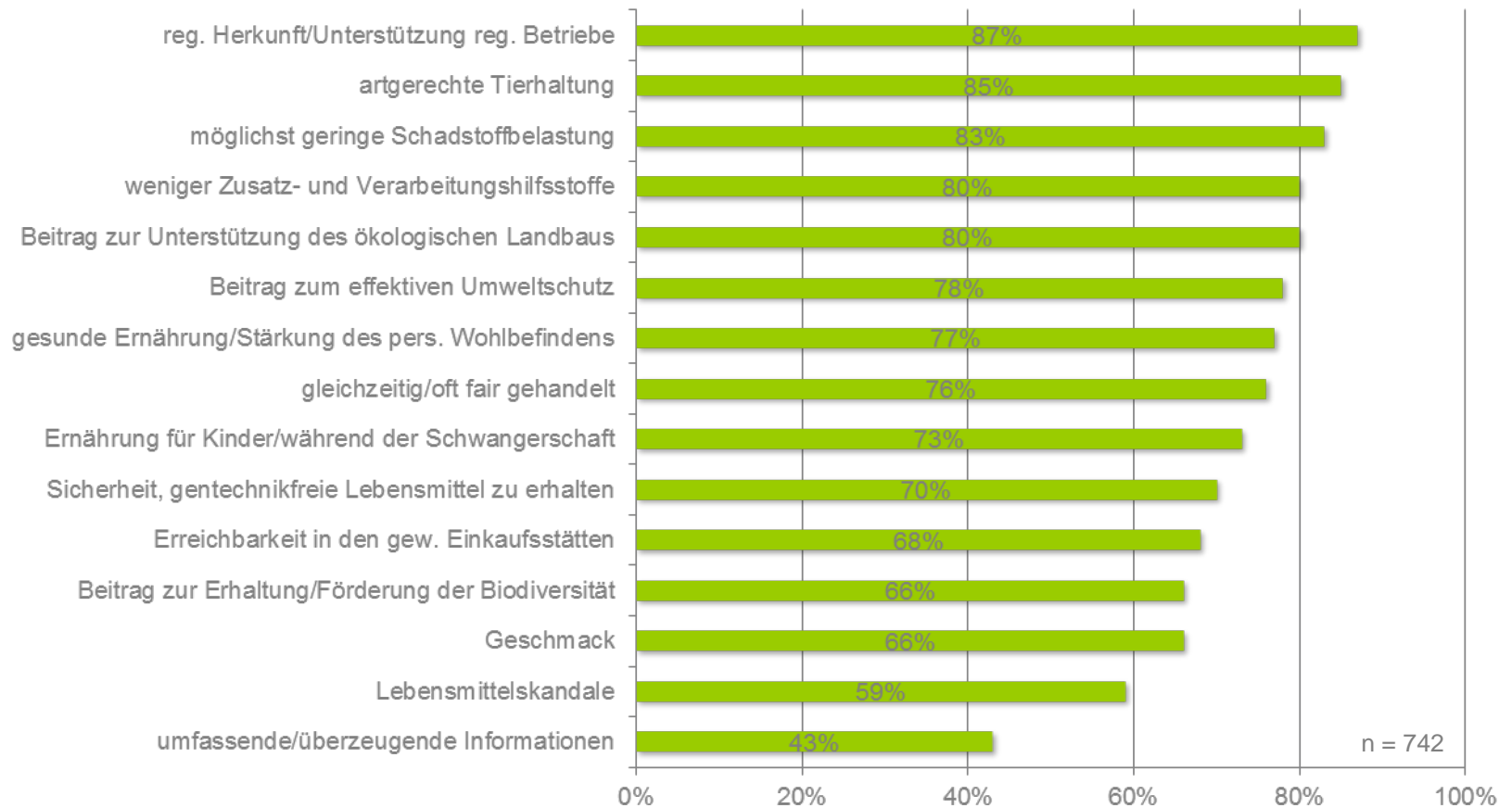
Häufigkeit des Einkaufs von Biolebensmitteln

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



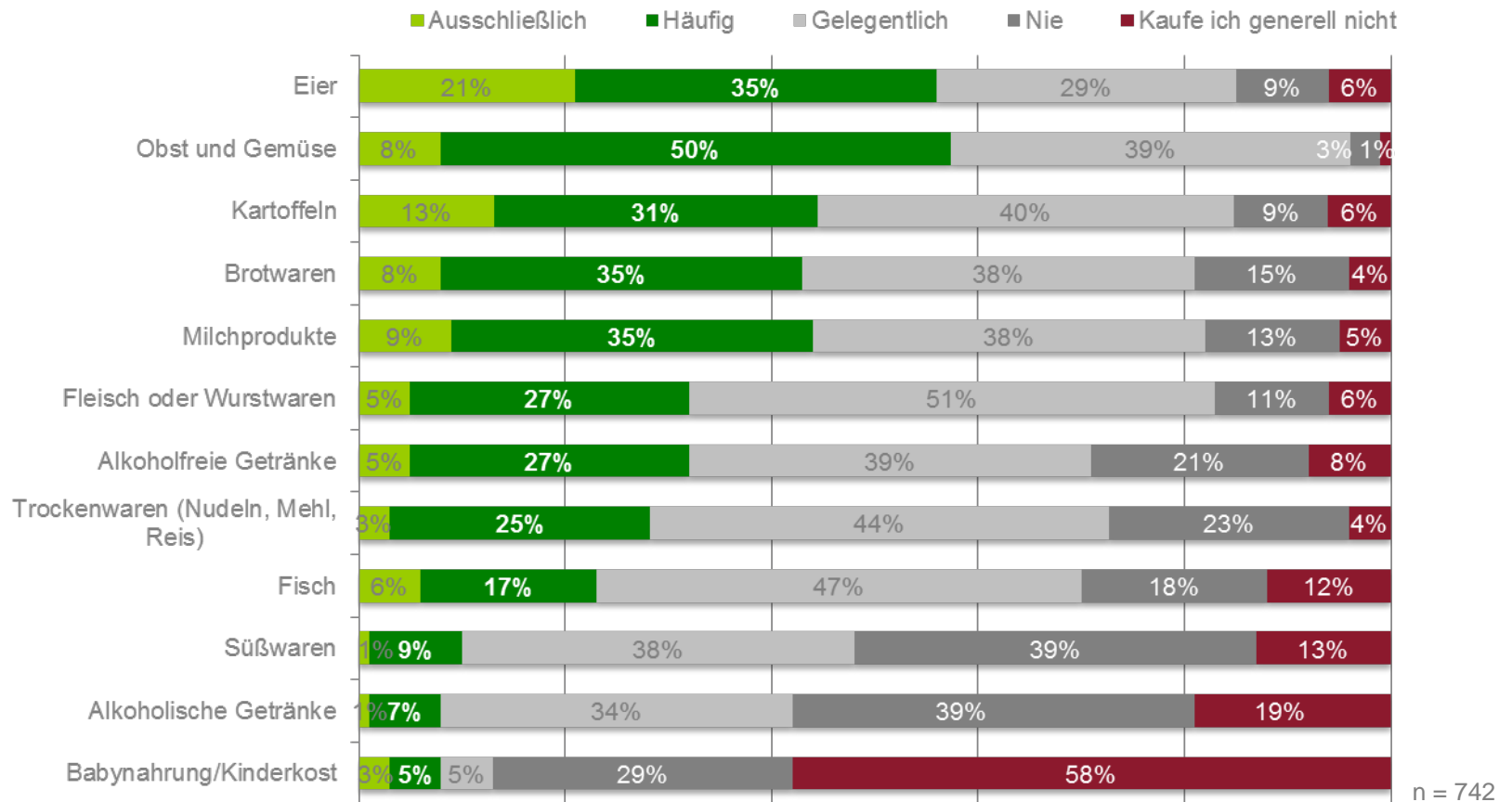
Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln

- Was sind für Sie Gründe, die Sie dazu veranlassen, Bioprodukte zu kaufen?
- Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen



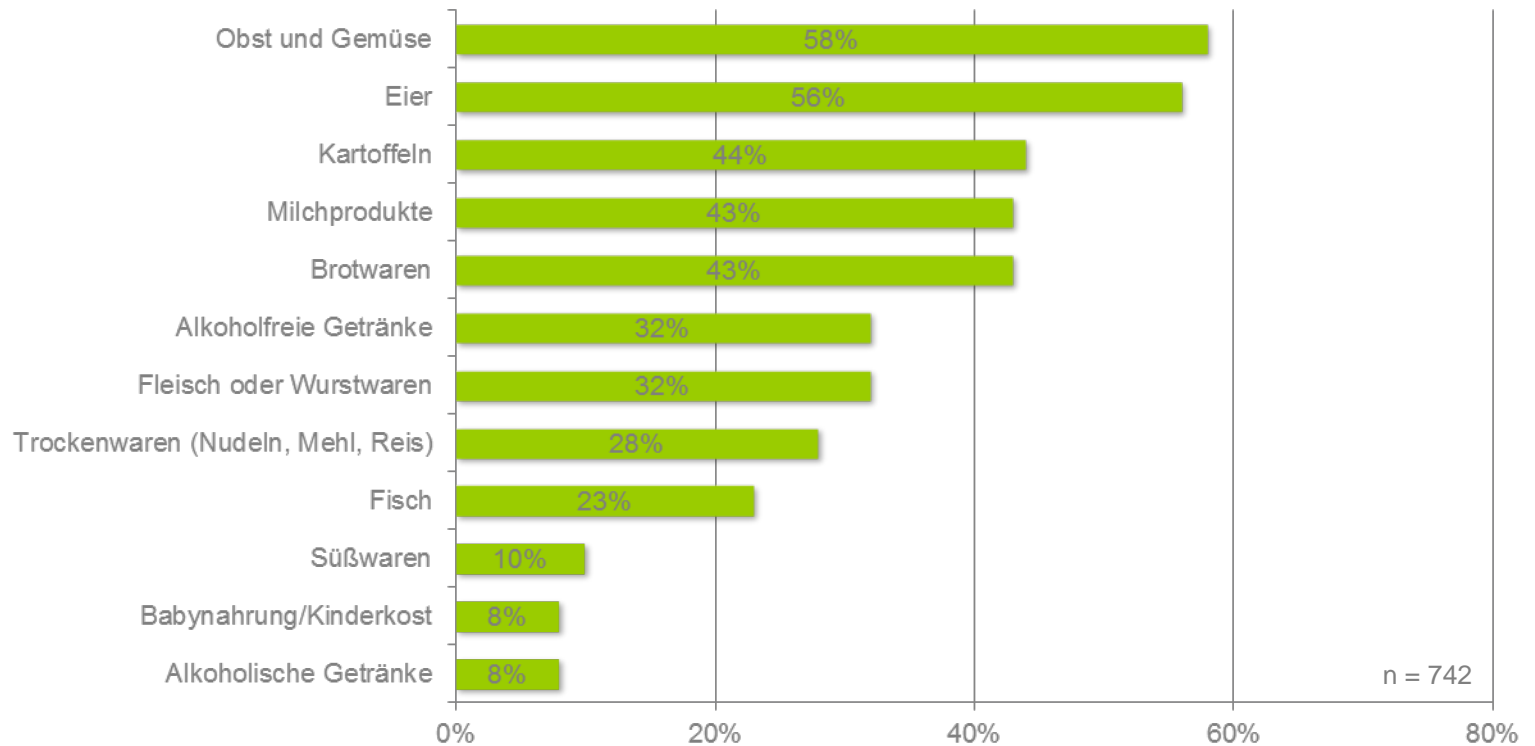
Häufigkeit des Erwerbs bestimmter Biolebensmittel I

- Wie häufig erwerben Sie die folgenden Bioprodukte?
- Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen



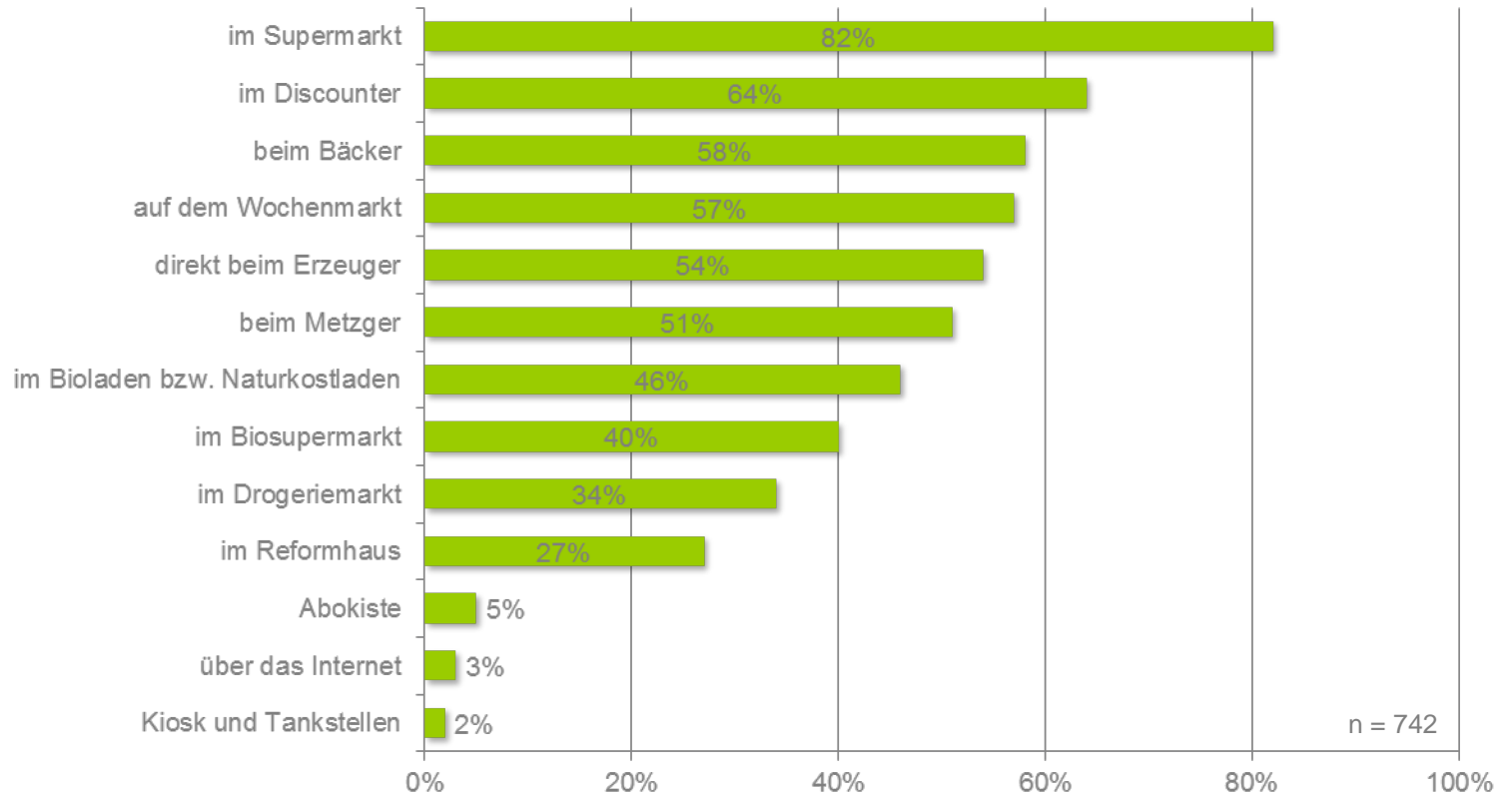
Häufigkeit des Erwerbs bestimmter Biolebensmittel II

- Wie häufig erwerben Sie die folgenden Bioprodukte?
- 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“



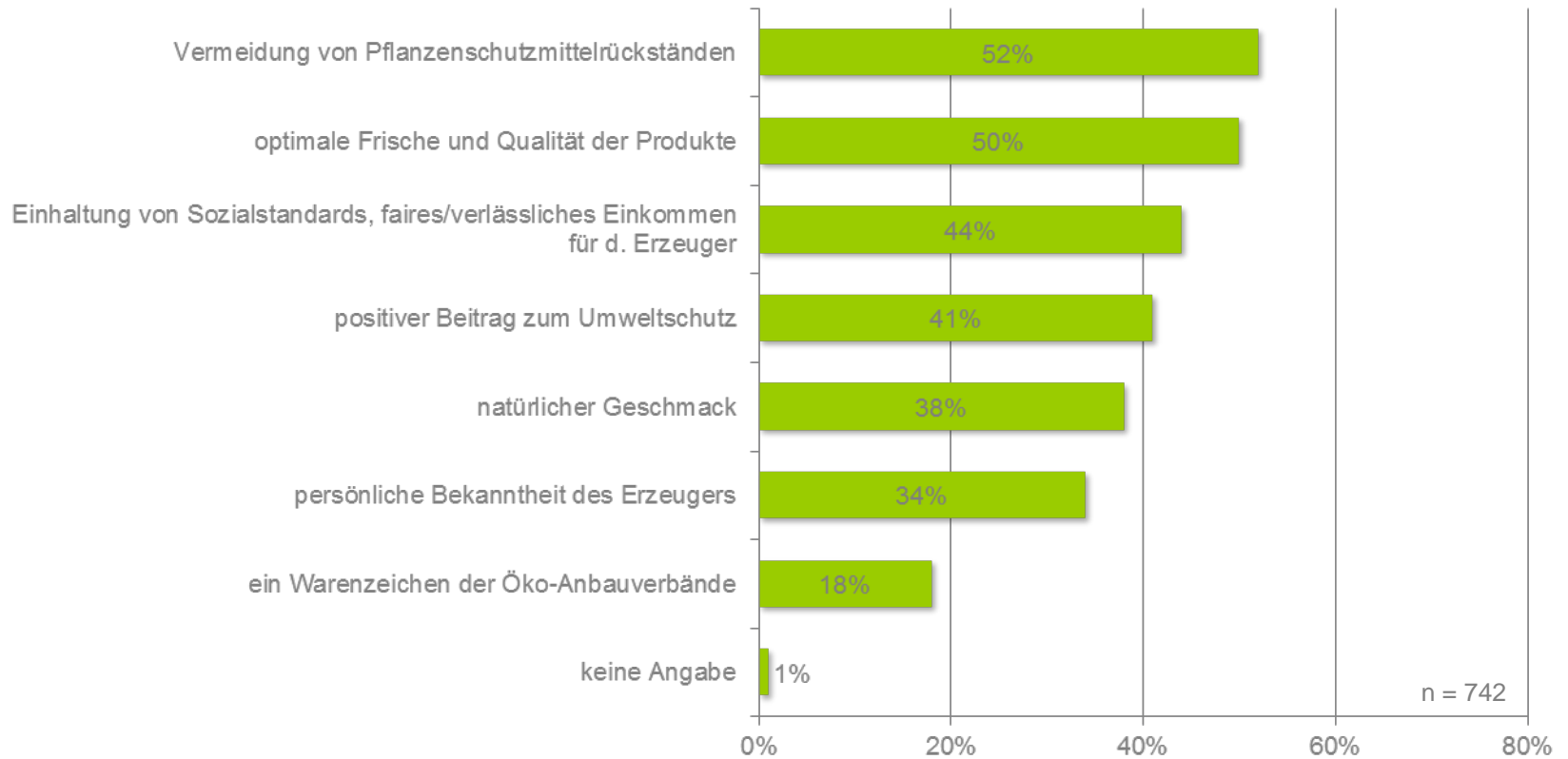
Bevorzugter Ort zum Einkauf von Biolebensmitteln

- Wo kaufen Sie Bioprodukte?
- Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen



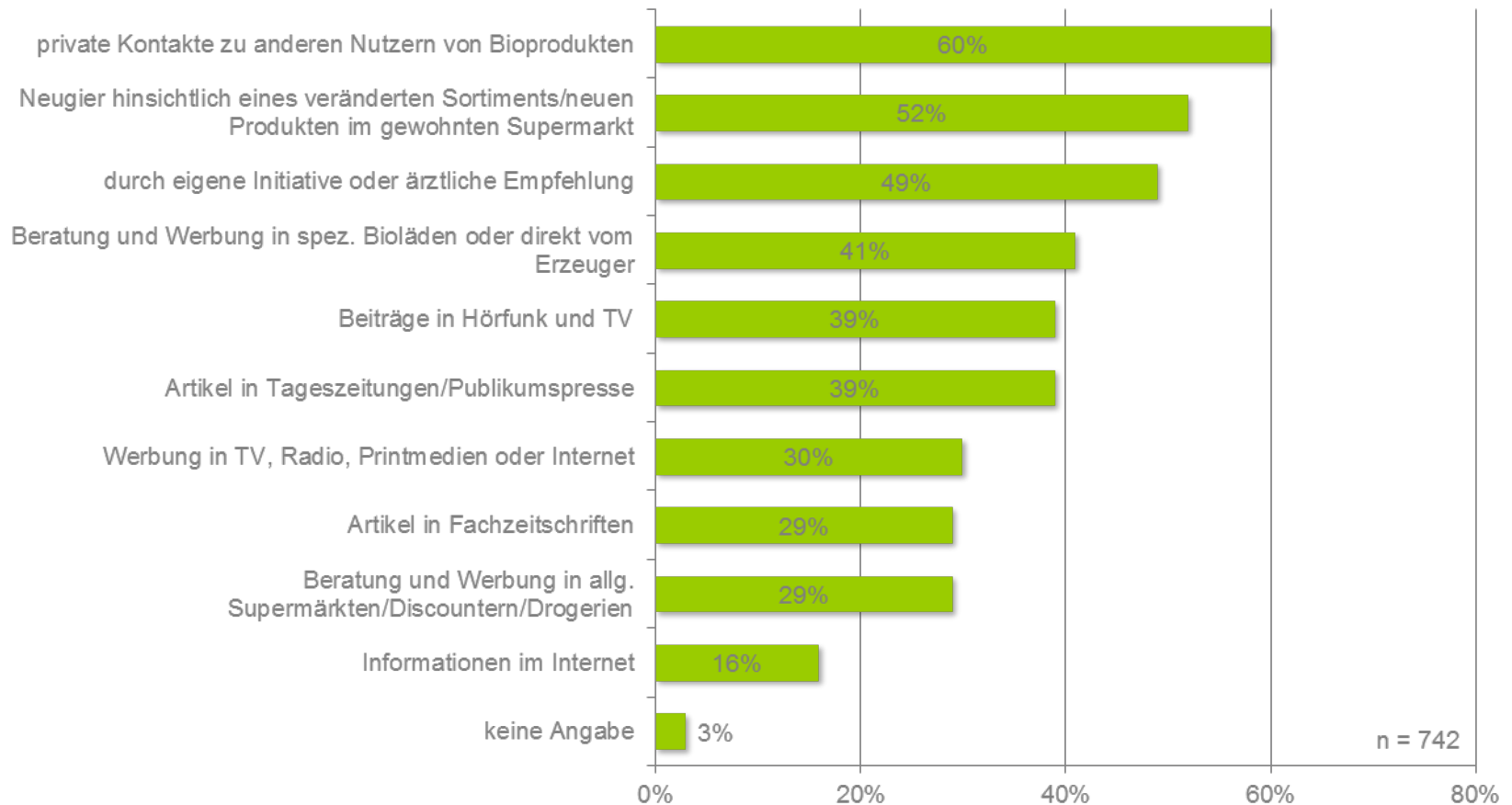
Wichtigste Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln

- Welche der folgenden Aspekte sind für Sie beim Einkauf von Biolebensmitteln am wichtigsten?
- Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen



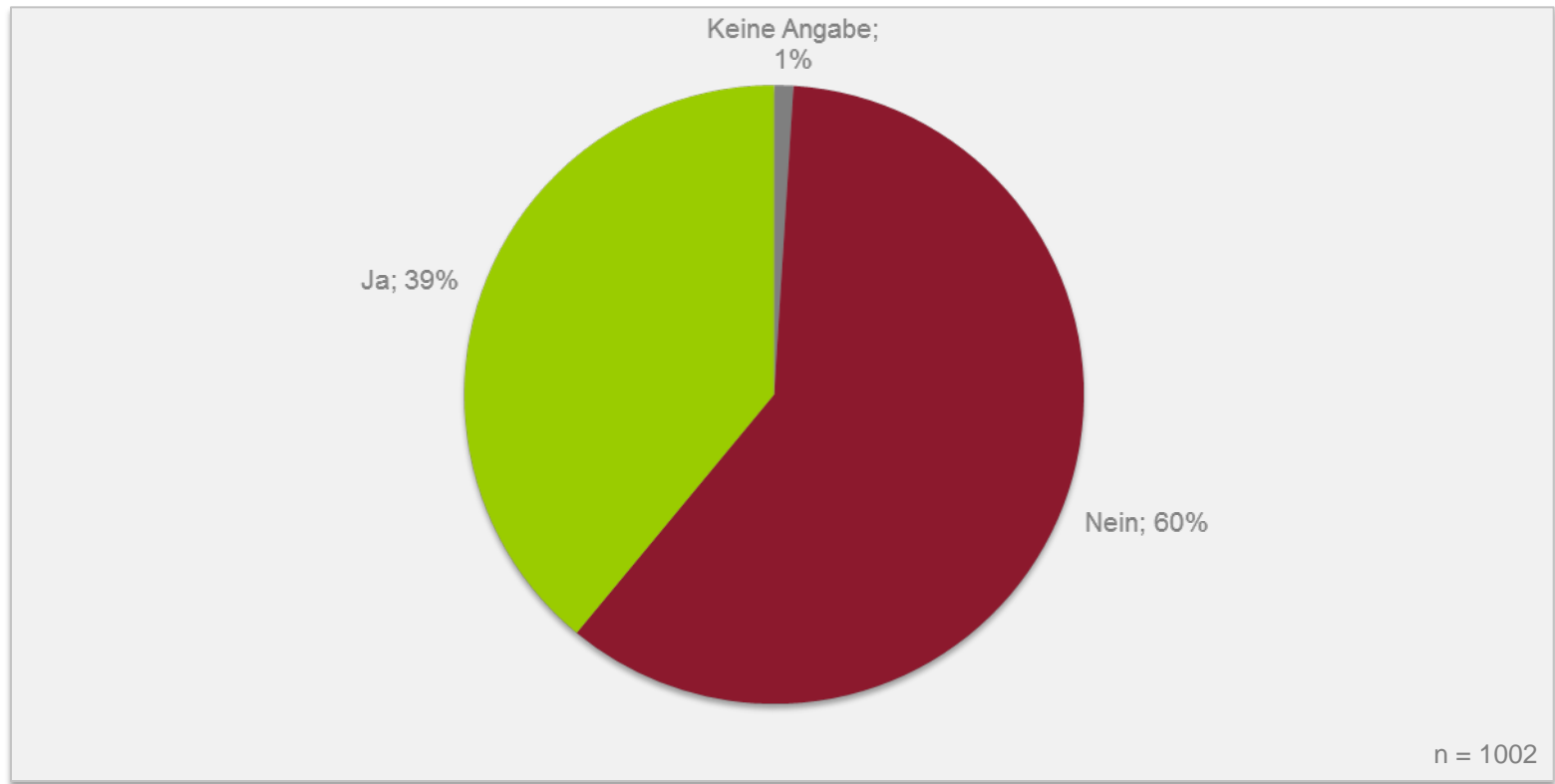
Bezug von Informationen über Biolebensmittelprodukte

- Was hat bislang Ihr Interesse an Bioprodukten geweckt bzw. bestärkt?
- Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen



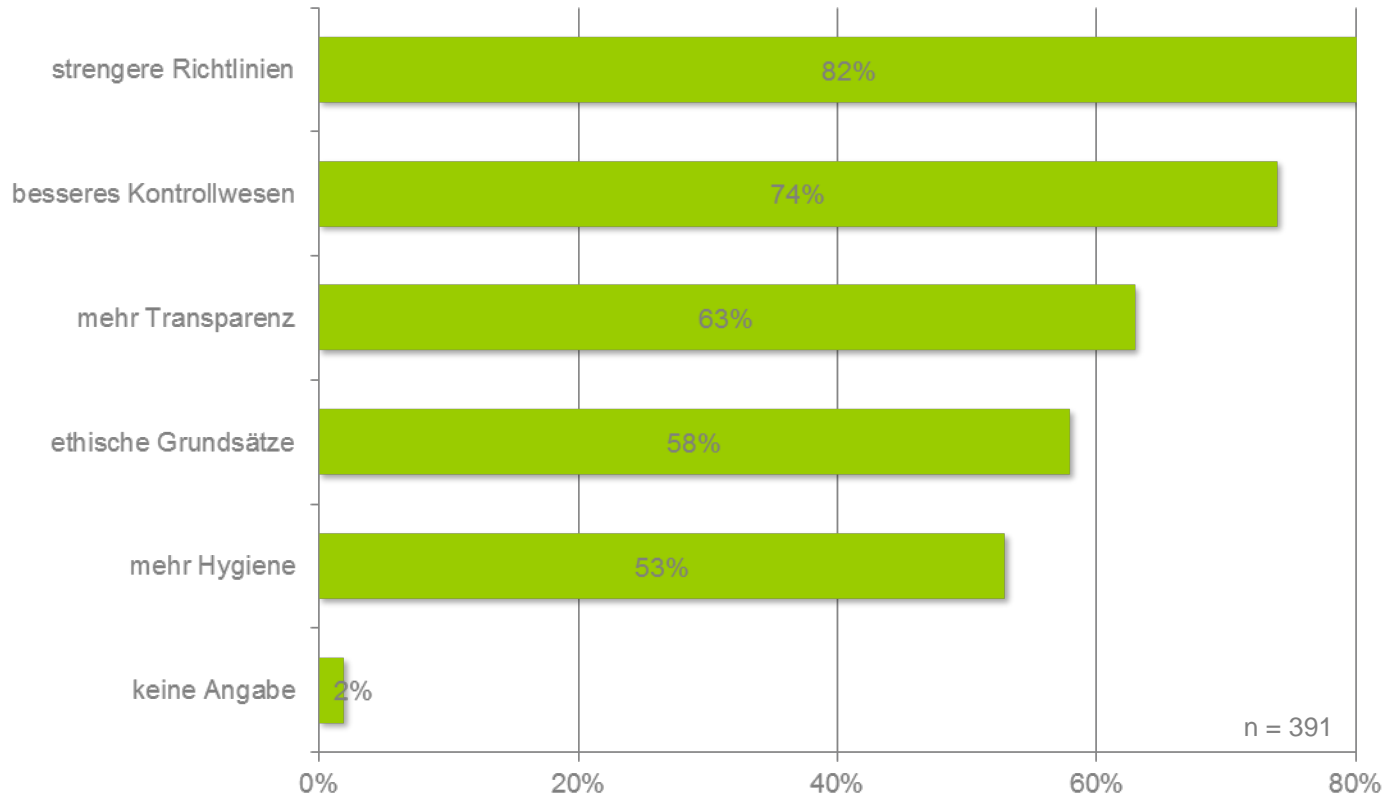
Lebensmittelskandale bei Bioprodukten I

- Denken Sie, dass Bioprodukte im Vergleich zu konventionellen Lebensmitteln weniger von Lebensmittelskandalen betroffen sind?



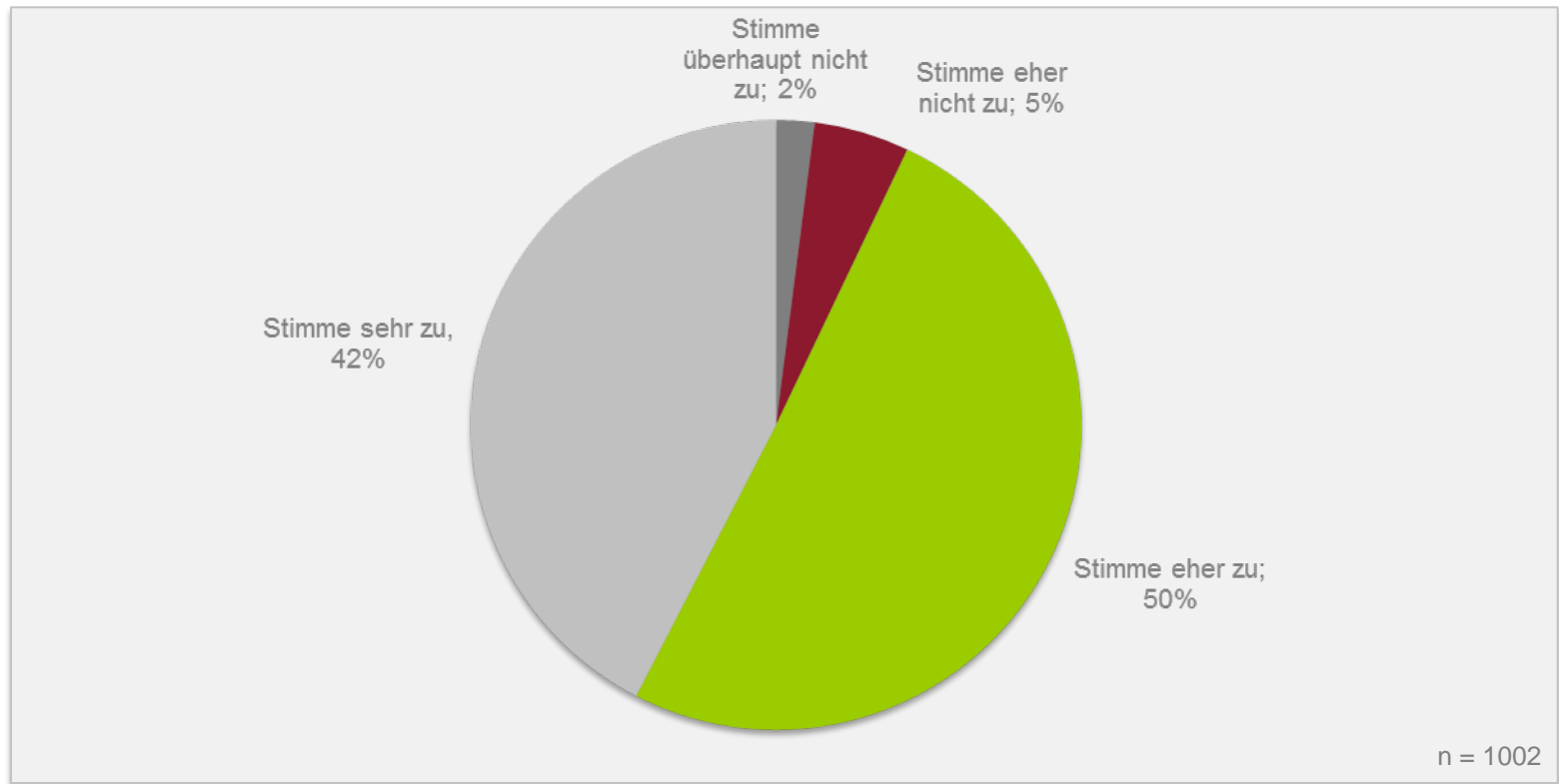
Lebensmittelskandale bei Bioprodukten II

- Gründe für weniger Lebensmittelskandale bei Bioprodukten. Woran liegt dies Ihrer Meinung nach?
- Selektion: Befragte, die der Meinung sind, dass es weniger Skandale gibt



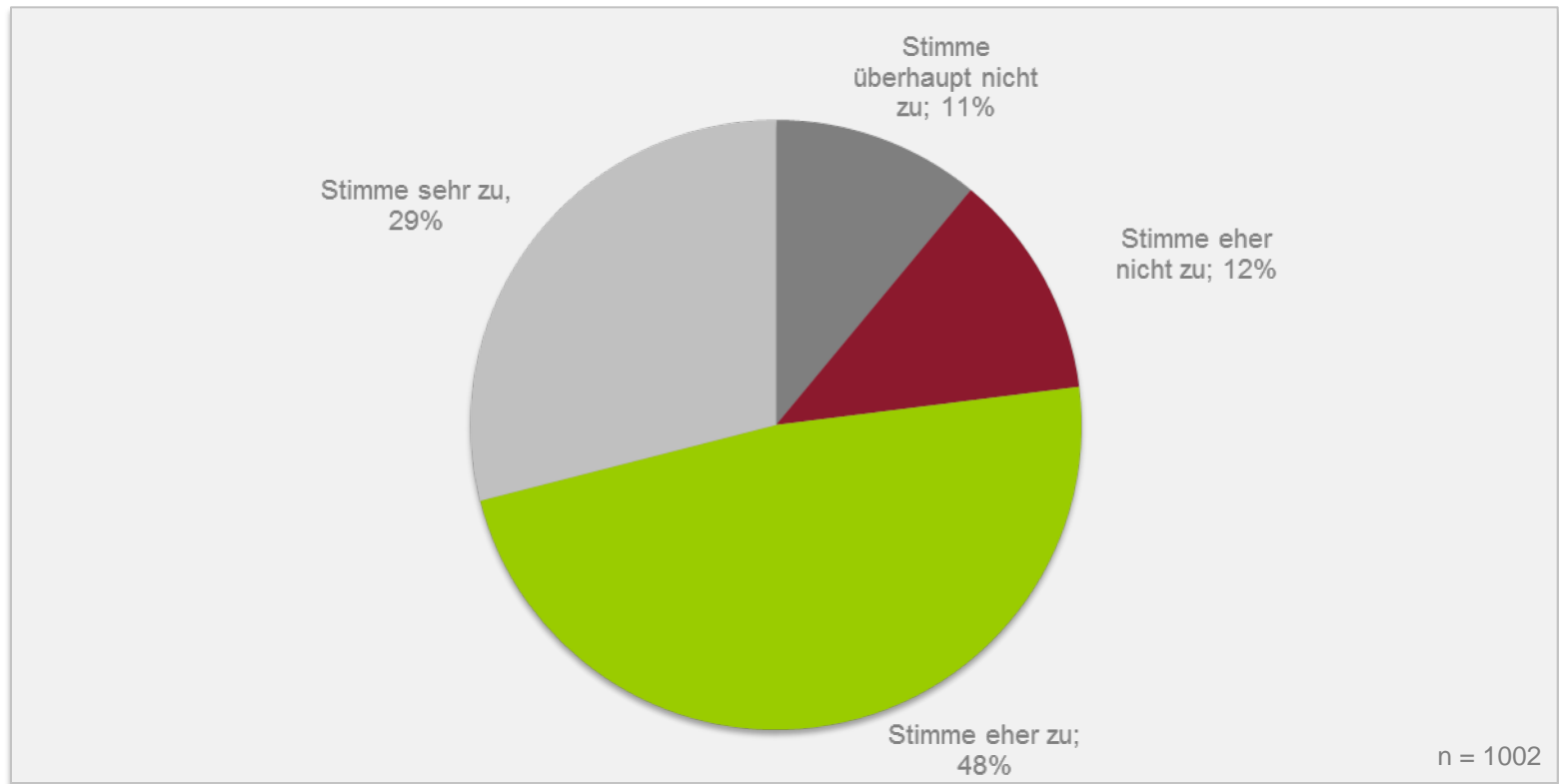
Bevorzugung von Lebensmitteln aus der Region I

- Würden Sie sagen: Ich bevorzuge Lebensmittel, die aus der Region stammen?



Bevorzugung von Lebensmitteln aus der Region II

- Würden Sie sagen: Ich bevorzuge Lebensmittel, die bio sind und aus der Region stammen?



Bereitschaft, einen höheren Preis für regionale Produkte zu zahlen

- Sind Sie bereit, für Produkte aus der Region einen höheren Preis zu zahlen?

