

Mitteilung für die Presse

23.4.2003

Aktuelles Ökobarometer: Wachsende Sensibilisierung für Bioprodukte EMNID-Umfrage im Auftrag des Bundesverbraucherministeriums

Mitte April führte das EMNID-Institut im Auftrag des Bundesverbraucherministeriums zum zweiten Mal eine deutschlandweite repräsentative Verbraucherbefragung mit 1000 Befragten durch: Das so genannte Ökobarometer. Im Zentrum stehen dabei – wie schon bei der Befragung im November 2002 – die Einstellungen, Entscheidungen und das Kaufverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher im Bereich Bioprodukte. Was denken sie über Ökolandbau und Bioprodukte und was kaufen sie wirklich? Ein Barometer zeigt Schwankungen – spannende Veränderungen lassen sich auch im Ökobereich feststellen. Deshalb wird es auch in Zukunft im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau regelmäßige Befragungen geben.

Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze

- 60 Prozent der Befragten kaufen auch weiterhin gelegentlich Bio-Lebensmittel.
- 23 Prozent der Befragten wollen in den nächsten 12 Monaten mehr Lebensmittel in Bio-Qualität kaufen.
- „Sicherheit“ und „Gesundheit“ motivieren die Verbraucher am stärksten, Biolebensmittel zu kaufen.

Stärkste Bio-Käufergruppe: „Die Gelegentlichen“

Mit stabilen 60 Prozent bilden diejenigen die größte Gruppe, die gelegentlich zu Bio-Lebensmitteln greift. Auffallend: Bei den über 50-Jährigen sind das mit 66 Prozent überdurchschnittlich viele, bei den unter 30-Jährigen ist der Anteil mit 51 Prozent deutlich kleiner. Im Vergleich zur November-Befragung ist die Zahl der Bio-Puristen leicht zurückgegangen. Gaben vor sechs Monaten noch vier Prozent der Befragten an, ausschließlich Bio-Lebensmittel zu kaufen, so sind es im Moment nur noch 2 Prozent. Ein leichter Rückgang von 20 auf 18 Prozent ist außerdem bei denjenigen zu beobachten, die sich zwar für Biolebensmittel interessieren, bisher aber noch keine gekauft haben. 20 Prozent der Deutschen und somit 4 Prozentpunkte mehr als im November gehören in die Kategorie der Konsumenten, die überhaupt kein Interesse an Öko-Produkten haben.

Und in Zukunft?

Bio-Lebensmitteln scheint die Zukunft zu gehören. Der bereits bei der Umfrage im November ausgemachte Zukunftstrend bleibt nahezu unverändert. Bei der Befragung wurden zwei Zeithorizonte unterschieden: die nächsten 12 Monate und die weitere Zukunft.

23 Prozent der Deutschen gehen davon aus, dass sie in den nächsten 12 Monaten verstärkt Bio-Lebensmittel kaufen werden, zwei Drittel geben an, gleich viele Bioprodukte kaufen zu wollen wie bisher. Nur ein geringer Anteil der Befragten (7 Prozent) hat vor, weniger zu Bio-Lebensmitteln zu greifen. Blickt man in die fernere Zukunft, so sagen sogar 43 Prozent der Verbraucher, mehr Lebensmittel in Bio-Qualität kaufen zu wollen als bisher, für 48 Prozent besteht gleichbleibendes Interesse und nur 4 Prozent wollen weniger Bio-Kost in ihren Einkaufskorb legen. Betrachtet man den Saldo aus erwarteten Zuwächsen und Abnahmen, so zeigt sich, dass 16 Prozent der Bürger laut Selbsteinschätzung schon im kommenden Jahr mit einem Anstieg ihres Biokonsums rechnen. Für die weitere Zukunft beträgt dieser Wert mit 39 Prozent sogar mehr als das Doppelte.

So entscheiden sich die Deutschen

Nach welchen Kriterien wählen die Deutschen ihre Lebensmittel aus?

Eine interessante Beobachtung aus der Novemberumfrage hat sich jetzt aktuell bestätigt: Während vergleichsweise wenig Verbraucher (November 2002, 20 Prozent, April 2003, 19 Prozent) die Herkunft aus ökologischem Landbau als entscheidendes Kriterium beim Einkauf von Lebensmitteln sehen, haben die einzelnen Güte-Kriterien des ökologischen Landbaus eine wachsende Bedeutung bei der Auswahl der Lebensmittel. Einige Beispiele: Der Verzicht auf eine vorbeugende Antibiotikabehandlung von Tieren ist für 58 Prozent der Käufer sehr wichtig (seit November + 2 Prozent), und damit das Top-Kriterium. Artgerechte Tierhaltung ist für 57 Prozent (seit November + 7 Prozent), der Verzicht auf chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel für 51 Prozent der Konsumenten (seit November + 5 Prozent) besonders entscheidend. Neben den „klassischen“ Kriterien wie „guter Geschmack“ oder „Frische und Reife“, die sehr weit oben rangieren, hat der Gesundheitsaspekt einen noch höheren Stellenwert eingenommen. 54 Prozent (November 2002, 49 Prozent) der Befragten achten sehr stark auf gesunde Lebensmittel. Frauen sind in dieser Gruppe mit 63 Prozent, Männer mit 44 Prozent vertreten. Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis (53 Prozent), das im November noch an erster Stelle rangierte, ist nunmehr auf den sechsten Platz in der Wichtigkeitsskala zurückgefallen. Für 27 Prozent (+ 5 Prozentpunkte im Vergleich zu November) ist entsprechend ein „nur“ niedriger Preis ein entscheidendes Kriterium. Gerade in der unteren Einkommensgruppe bis 1000 Euro achtet der Kunde ganz besonders auf den Preis der Ware (40 Prozent).

Bio - Pro und Contra

Was ist die Motivation der Verbraucher, Bio-Lebensmittel zu kaufen und was hindert sie daran?

Sicherheit (32 Prozent) und Gesundheit (25 Prozent), diese beiden Aspekte motivieren die Befragten am stärksten, Bio-Lebensmittel zu kaufen. 20 Prozent der Verbraucher sind davon überzeugt, bei einem Bio-Produkt mehr Qualität für ihr Geld zu bekommen. Der mit Abstand meistgenannte Ablehnungsgrund ist ein „zu hoher Preis“ (58 Prozent). Für 15 Prozent der Konsumenten sind Zweifel an der wahrheitsgemäßen Deklaration im Bio-Bereich ein Hinderungsgrund und für 14 Prozent ist der stärkste Hinderungsgrund, keine geeignete Einkaufsstätte in der Nähe zu haben.

Macht Bio-Ernährung schöner?

Schön, fit und gesund – es gibt viele Wege zum Ziel. Dass dabei die Ernährung eine wichtige Rolle spielt, ist hinlänglich bekannt. Aber: Macht die Ernährung mit Bio-Lebensmitteln schöner?

11 Prozent der Deutschen sind davon überzeugt, dass die Bio-Küche einen positiven Einfluss auf das Aussehen hat, übrigens nahezu unabhängig vom Geschlecht. Bei den jüngeren Bundesbürgern (zwischen 14 und 29 Jahren) sind es sogar 23 Prozent. Skeptischer bleiben die Bundesbürger über 40 Jahre. 90 Prozent von ihnen glauben nicht ans „Schöner-Werden“ durch Bio-Kost.

Fazit:

Insgesamt spiegelt die Befragung eine wachsende Sensibilisierung der Verbraucher für qualitativ hochwertige und gesunde Produkte wider. Erneut fällt jedoch auf, dass die Einzelkriterien des Ökolandbaus, wie Verzicht auf vorbeugenden Antibiotikaeinsatz oder artgerechte Tierhaltung hoch geschätzt werden, der ökologische Landbau an sich aber als Kaufkriterium wesentlich seltener angegeben wird. Eine wichtige Aufgabe bleibt deshalb auch weiterhin, die Verbraucher über die Produkteigenschaften und Herstellungsweisen von ökologischen Erzeugnissen zu informieren und dadurch eigenverantwortliches Kaufverhalten zu stärken. Ziel muss sein, bei der breiten Bevölkerung ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass hochwertige Lebensmittel ihren Preis wert sind.

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

6.886 Zeichen. April 2003.

Abdruck honorarfrei. Beleg erbeten.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

TBWA\HEIGL GmbH,

Experience Communication

Silke Lehmeier

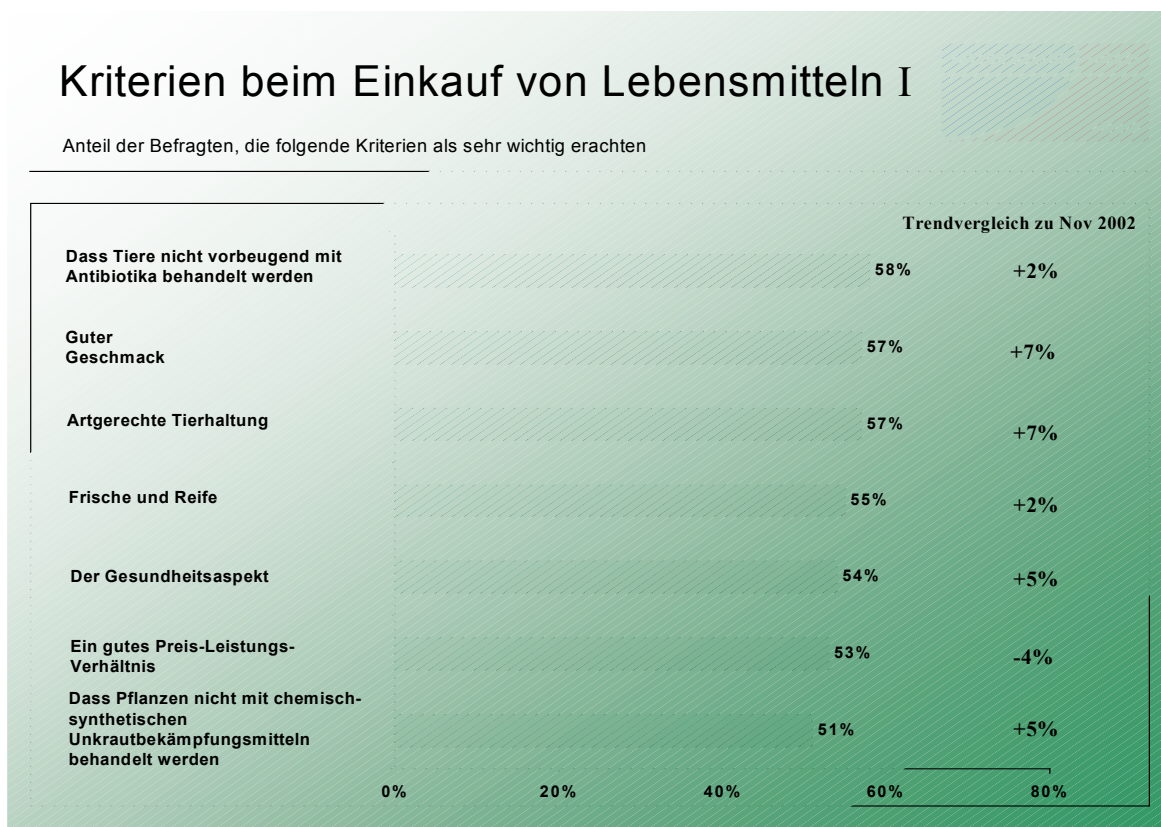
Ridlerstraße 31b, 80339 München

Tel.: 089 / 48 90 67-331

Fax: 089 / 48 81 60

E-mail: silke.lehmeier@tbwa.de

1. Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln



Frage:

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

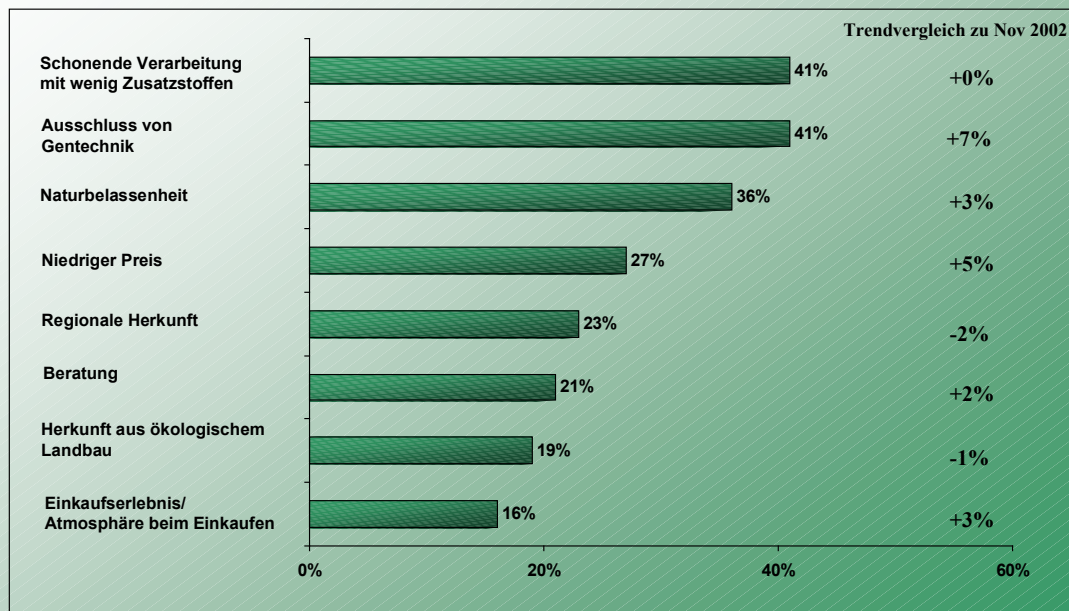
Mögliche Antworten:

- 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



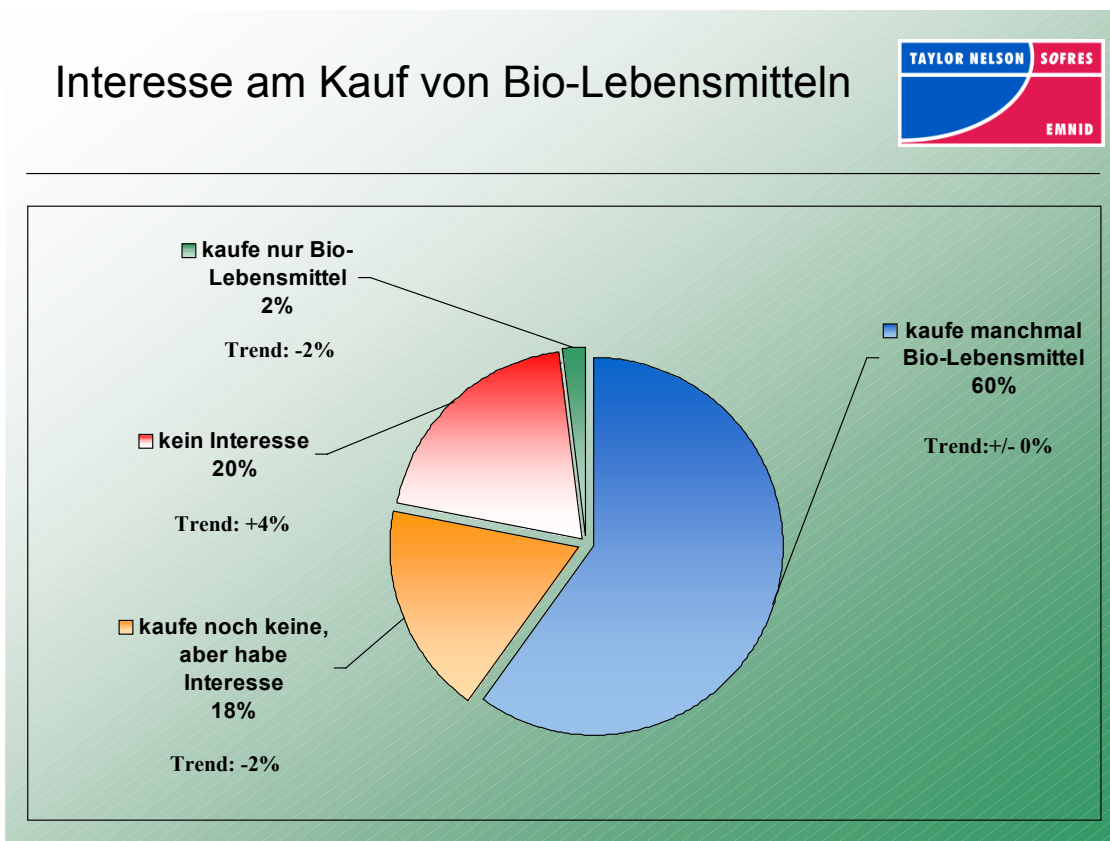
Frage:

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



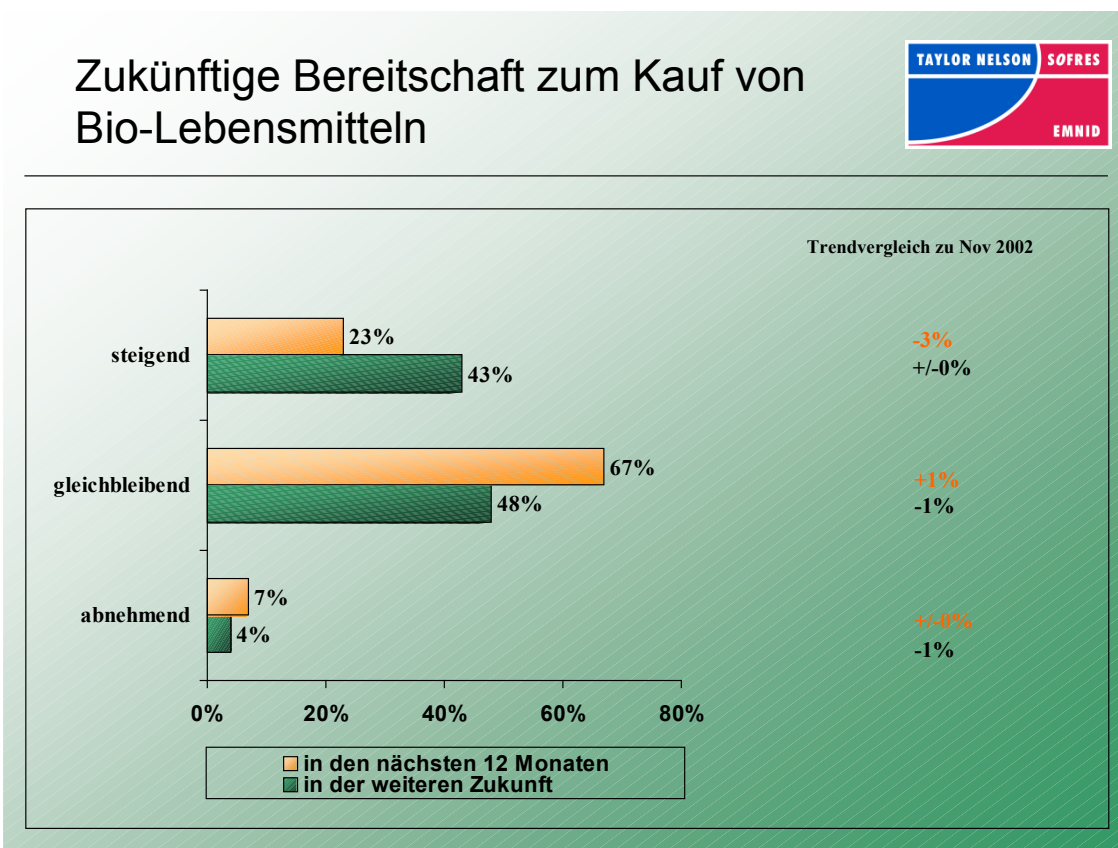
Frage:

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. Ja, ich kaufe nur Bio-Lebensmittel
2. Ja, ich kaufe manchmal Bio-Lebensmittel
3. Ich kaufe noch keine Bio-Lebensmittel, interessiere mich aber dafür
4. Ich habe kein Interesse an Bio-Lebensmitteln

3. Zukünftige Bereitschaft zum Kauf von Bio-Lebensmitteln



Frage:

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

- in den nächsten 12 Monaten?
- in der weiteren Zukunft?

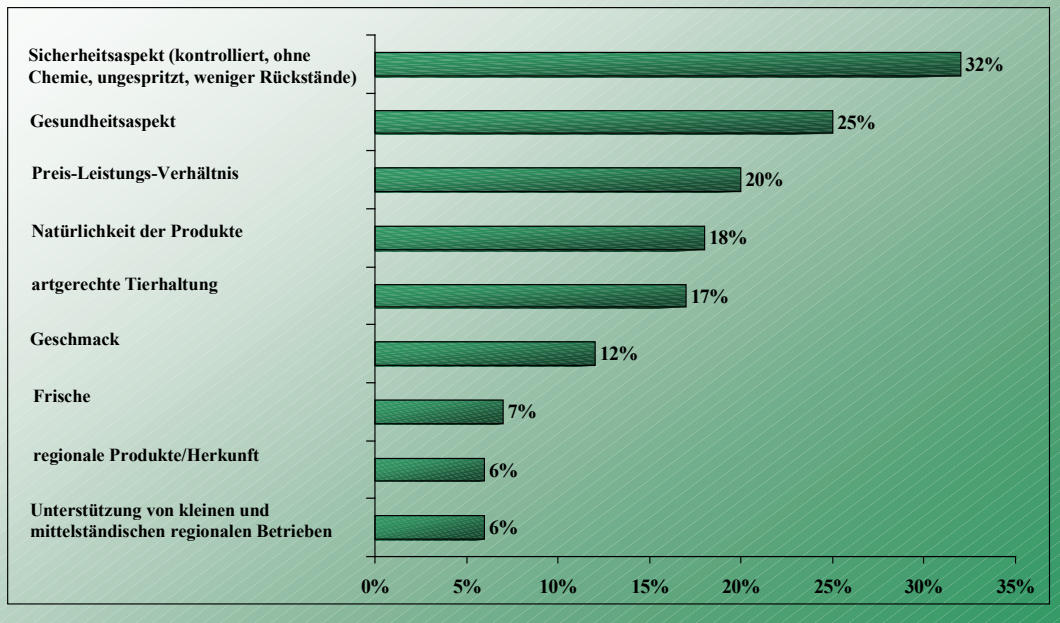
Mögliche Antworten:

1. Stark steigend
2. Steigend
3. Gleich bleibend
4. Abnehmend
5. Stark abnehmend

4. Motivationsgründe zur Verwendung von Bio-Lebensmitteln

Wichtigste Motivationsgründe zur Verwendung von Bio-Lebensmitteln

-ungestützte Abfrage-

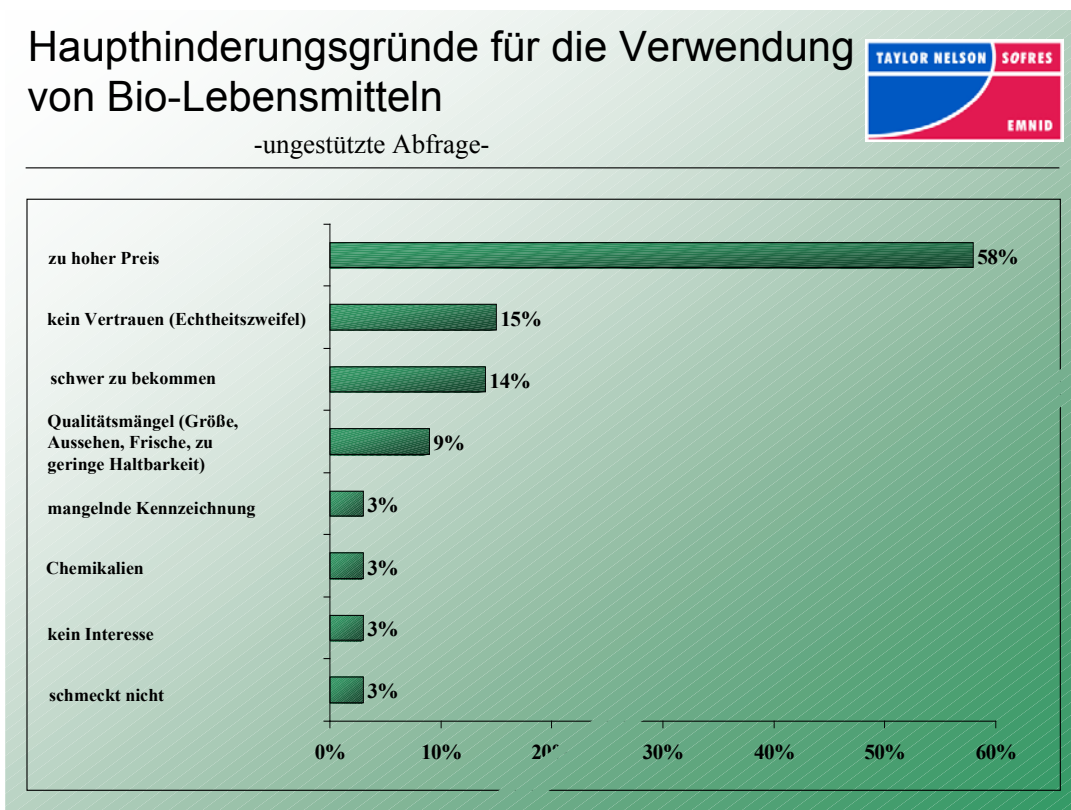


Frage:

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



Frage:

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

(Ungestützte Abfrage)

