



PRESSEINFORMATION

Gute Gründe für Bio

Ökobarometer 2010: Verbraucher haben die Vorteile im Blick

Bonn, 9. Dezember 2010. Das Wissen um die Vorteile von Ökoprodukten für den Tier- und Umweltschutz sowie das eigene Wohlbefinden wird unter deutschen Biokäufern immer größer. Dies ist das Kernergebnis des Ökobarometers 2010, das das Marktforschungsinstitut TNS Emnid im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) erstellt hat. Für die regelmäßige repräsentative Studie wurden Anfang November 2010 rund 1.000 Bundesbürger ab 14 Jahren zu ihrem Konsumverhalten bei Biolebensmitteln befragt.

Top-Gründe für den Kauf von Ökowaren sind die artgerechte Tierhaltung (90 Prozent), eine möglichst geringe Schadstoffbelastung (89 Prozent) sowie die regionale Herkunft der Produkte (86 Prozent, Mehrfachnennungen möglich). „Die im Vergleich zu den Vorgängerbefragungen steigenden Werte legen den Schluss nahe: Für deutsche Biokäufer gilt – einmal Bio, immer Bio“, erklärt Elmar Seck von der Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE).

Fair geht vor

Auch die Einhaltung hoher Sozialstandards wird deutschen Biokonsumenten immer wichtiger. Knapp die Hälfte (49 Prozent) aller im Rahmen des Ökobarometers befragten Biokäufer gab an, dass Prinzipien wie die gerechte Entlohnung von Erzeugern oder faire Arbeitsbedingungen ihre Kaufentscheidung für Bioprodukte positiv beeinflussen. Dies entspricht einem Anstieg von 11 Prozent gegenüber der letzten Ökobarometer-Umfrage im Jahr 2008. „In dieser Steigerung spiegelt sich offenbar ein gesamtgesellschaftlicher Trend wider. Die Konsumenten scheinen sich stärker für die Erzeugungs- und Verarbeitungsgeschichte, die hinter einem Produkt steckt, zu interessieren. Die Biobranche mit ihren fairen und transparenten Strukturen kann da natürlich punkten“, so Elmar Seck.



Verbraucher vertrauen deutschem Bio-Siegel

Beim Außer-Haus-Verzehr spielen Biolebensmittel in den Augen der Umfrageteilnehmer keine große Rolle. Der überwiegenden Mehrheit (88 Prozent) ist es allerdings sehr wichtig oder wichtig, dass in Kindertagesstätten und Kindergärten ein ausreichendes Angebot an Biokost bereitgestellt wird. Ein weiteres Ergebnis: Das am 1. Juli 2010 eingeführte EU-Bio-Logo ist 70 Prozent der deutschen Biokäufer noch nicht bekannt. Auch in puncto Vertrauen steht das in allen Ländern der Europäischen Union geltende neue Gemeinschaftslogo hinter dem deutschen Bio-Siegel zurück. 48 Prozent aller Befragten schätzen den Standard von Produkten mit EU-Bio-Logo in Bezug auf Anbauweise und Verarbeitung im Vergleich zum deutschen Bio-Siegel als niedriger ein.

Alle Ergebnisse des aktuellen Ökobarometers 2010 sind im Internet unter www.oekolandbau.de/journalisten abrufbar.

Weitere Informationen auch unter:

Pressebüro Ökolandbau

Martin Eckhardt
Kaiserstraße 33
53113 Bonn
Tel.: 0228 91514-182
Fax: 0228 91514-332
E-Mail: Martin.Eckhardt@ketchumpleon.com, oekolandbau@ketchumpleon.com

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn

Elmar Seck

Tel.: 0228 68 45-29 26
Fax: 0228 68 45-29 07
E-Mail: Elmar.Seck@ble.de

Internet: www.oekolandbau.de; www.bundesprogramm.de

Ökobarometer 2010

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



Untersuchungsmethode – Datengrundlage

In Zusammenarbeit mit TNS Emnid Bielefeld wurde eine repräsentative, computergestützte Telefonbefragung (C.A.T.I.) durchgeführt.

Grundgesamtheit: deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren
Stichprobe: 487 Männer und 515 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 vom 08.11. bis 09.11.2010.



Häufigkeit des Einkaufs von Biolebensmitteln

Der Biokonsum unter den Deutschen ist im Vergleich zu 2008 leicht gestiegen: Haben 2008 noch 17 % häufig bzw. ausschließlich Biolebensmittel gekauft, sind dies 2010 21 %.

Knapp ein Drittel aller Befragten (29 %) kauft nie Biolebensmittel ein. Wie in der letzten Befragungswelle sind dies vor allem jüngere Personen unter 30 Jahren sowie Personen mit einem geringeren Einkommen. 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 glaubt insgesamt nur noch jeder Fünfte (20 %), dass er auch künftig keine Biolebensmittel kaufen wird.

Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln

Die wichtigsten Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln sind wie in den Vorjahren eine artgerechte Tierhaltung, eine geringe Schadstoffbelastung sowie die regionale Herkunft bzw. die Unterstützung regionaler Betriebe.

Mehr als 80 % der befragten Biokäufer finden es darüber hinaus wichtig, dass Biolebensmittel weniger Zusatz- und Verarbeitungshilfsstoffe beinhalten, effektiv zum Umweltschutz beitragen, das persönliche Wohlbefinden stärken und den ökologischen Landbau unterstützen.

Der Großteil der abgefragten Gründe hat in 2010 einen leichten Zuwachs zu verzeichnen: Es gibt also für die deutschen Biokäufer mehr Gründe als im Vorjahr, Bioprodukte zu verzehren. Am stärksten gestiegen ist die Zustimmung für umfassende und überzeugende Informationen.

Im Vergleich zu den Männern ist es für die weiblichen Biokonsumenten wichtiger, dass Biolebensmittel gentechnikfrei sind und dass sie gut für die Ernährung von Kindern und Schwangeren sein sollen. Mit zunehmendem Alter legen die Befragten, unabhängig vom Geschlecht, stärkeren Wert auf umfassende Informationen zu Biolebensmitteln.

Der Geschmack ist für Verbraucher, die „ausschließlich“ Bio kaufen, insgesamt weitaus wichtiger als für Verbraucher, die „häufig“ Bio kaufen.



Wichtigste Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln

Wie 2008 sind optimale Frische und Qualität der Produkte (65 %) sowie die Vermeidung von Pflanzenschutzmittelrückständen (64 %) die wichtigsten Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln. Jeweils zwei Drittel der befragten Biokonsumenten zählen dies zu den wichtigsten drei Aspekten beim Kauf ihrer Ökoprodukte.

Die Einhaltung von Sozialstandards hat als ein Aspekt beim Kauf von Biolebensmitteln an Bedeutung gewonnen und wurde dieses Jahr von fast 50 % als einer der drei wichtigsten Aspekte genannt. Leicht zurückgegangen ist der Wert für den positiven Beitrag zum Klimaschutz.



Vorwiegend gekaufte Produkte

Auch dieses Jahr sind Eier, Obst und Gemüse, Kartoffeln, Brotwaren und Milchprodukte die Erzeugnisse, die am häufigsten aus biologischem Anbau gekauft werden. Dabei ist laut Angabe der befragten Biokäufer der Kauf von Bioeiern und Biokartoffeln im Vergleich zu 2008 leicht gestiegen.

Etwa ein Drittel kauft ausschließlich oder häufig Fleisch oder Wurstwaren (35 %), alkoholfreie Getränke (33 %) sowie Trockenwaren (29 %). Im Vergleich zum Vorjahr ist der Wert von Trockenwaren, wie Nudeln, Mehl oder Reis, leicht zurückgegangen.

Jeder fünfte Biokonsument (22 %) erwirbt häufig oder ausschließlich Fisch aus biologischer Aufzucht.



Bevorzugte Einkaufsstätten

Beliebtester Ort für den Einkauf von Biolebensmitteln ist wie in den Vorjahren der konventionelle Supermarkt. 81 % der befragten Biokäufer gaben an, hier ihre Ökoprodukte zu kaufen.

Fast alle Einkaufsstätten haben im Vergleich zum Vorjahr leicht zugelegt, nur Discounter (60 %) und Metzger (49 %) wurden etwas weniger häufig als bevorzugter Ort zum Einkauf von Biolebensmitteln genannt.

Biosupermärkte haben einen besonders starken Zuwachs zu verzeichnen. Dieses Jahr haben 35 % der Biokonsumenten Biosupermärkte als bevorzugte Einkaufsstätte genannt – im Vergleich zu 19 % im Jahr 2008. Damit ist der Wert wieder auf dem Niveau von 2007 (34 %).

Eine Abo-Kiste (4 %), das Internet (3 %), Kioske oder Tankstellen (2 %) sind als Einkaufsmöglichkeit für Biolebensmittel bei den Befragten weniger beliebt. Die 40- bis 49-Jährigen sind die stärksten Anhänger der Biokiste.

Im Vergleich zu den westdeutschen Biokonsumenten kaufen Befragte aus Ostdeutschland eher auf Wochenmärkten und im Discounter ihre Biolebensmittel.



Anreiz zum Kauf von Biolebensmitteln

Auch in diesem Jahr gilt: Private Kontakte zu anderen Biokonsumenten wecken bzw. verstärken am meisten das Interesse für Bioprodukte (58 %). Bei ebenfalls mehr als der Hälfte der befragten Biokäufer wurde das Interesse durch eigene Initiative oder auf ärztliche Empfehlung gestärkt (55 %). In 2008 gaben dies nur 41 % der Befragten an. Von den 51 % nannten besonders Frauen und Personen, die ausschließlich Biolebensmittel kaufen, diesen Aspekt besonders häufig.

Nahezu alle anderen Punkte – mit Ausnahme von Neugierde bezüglich eines veränderten Produktsortiments oder neuer Produkte – haben leicht an Bedeutung verloren. Wie schon in den Vorjahren geben weniger Biokäufer an, dass ihr Interesse an Biolebensmitteln durch Beiträge in Hörfunk und TV (38 %) oder durch Werbung (28 %) geweckt wurde.

Vertrauen in die Einhaltung von Ökolandbau-Kriterien

Hinsichtlich der Erfüllung der Kriterien des ökologischen Landbaus vertrauen die Deutschen vor allem dem Erzeuger vor Ort, dem Naturkostfachhandel sowie Biometzgern.

Im Vergleich zum letzten Ökobarometer ist das Vertrauen aller Befragten vor allem in den Erzeuger vor Ort gestiegen. Aber auch die Biosupermärkte genießen dieses Jahr etwas mehr Vertrauen. Bei den anderen Einkaufsstätten gaben etwas weniger Befragte an, ihnen bei der Einhaltung der Ökolandbau-Kriterien zu vertrauen.

Auch wenn der konventionelle Supermarkt der bevorzugte Ort für den Einkauf von Biolebensmitteln ist – das Vertrauen in die dort gekauften Biolebensmittel hinsichtlich der Einhaltung der strengen Ökolandbau-Kriterien bleibt ausbaufähig. Nur die Discounter genießen auf diesem Feld bei den Konsumenten weniger Vertrauen.

Befragte, die ausschließlich oder häufig Biolebensmittel kaufen, vertrauen der Einhaltung der Kriterien insgesamt mehr.



Das EU-Bio-Logo

Nur fast jedem dritten Deutschen (30 %) ist das seit 1. Juli 2010 gültige EU-Bio-Logo bekannt. Anders sieht es bei den Befragten aus, die häufig und ausschließlich Biolebensmittel kaufen: Von ihnen kennen 48 % das Logo.

Ein großer Anteil aller Befragten (48 %) glaubt, dass der Standard des EU-Logos niedriger sei als beim deutschen Bio-Siegel. Nur ein Zehntel denkt, der Standard sei höher.

Die Meinungen zum EU-Bio-Logo gehen auseinander. Dies zeigt die Abfrage der Zustimmung bzw. Ablehnung zu verschiedenen Aussagen zum Logo unter denjenigen, die das Logo kennen und Bioprodukte kaufen. 61 % von ihnen meinen, das deutsche Bio-Siegel sei ausreichend, während 59 % das neue EU-Bio-Logo als hilfreich empfinden. Eine deutliche Mehrheit dieser Gruppe (84 %) begrüßt eine einheitliche europäische Kennzeichnung von Biolebensmitteln. Immerhin fast die Hälfte (49 %) meint, es gäbe bereits genügend Bio-Logos, ein weiteres sei nicht hilfreich (Mehrfachnennungen waren möglich).



Verzehr von Biolebensmitteln außer Haus

Jeder fünfte Deutsche (22 %) isst oft bzw. gelegentlich Biokost außer Haus. Die Mehrheit (77 %) tut dies selten oder nie.

Befragte, die bereits außer Haus Biolebensmittel gegessen haben, taten dies meist bei Verwandten und Freunden (75 %) oder im Restaurant (62 %). Im Krankenhaus (17 %) oder in einer Kantine/Mensa (22 %) haben bedeutend weniger Befragte Biolebensmittel verzehrt.

Dabei finden insgesamt 85 % aller Befragten es sehr wichtig bzw. wichtig, dass in Krankenhäusern und Reha-Einrichtungen Biokost angeboten wird. Nur für Kindergärten und Kindertagesstätten liegt der Wert mit 88 % höher.

83 % halten es für sehr wichtig bzw. wichtig, dass es in Ganztagschulen ein Biokostangebot gibt. Von ihnen finden Frauen das Angebot wichtiger als Männer oder die jüngeren Befragten.



Verzehr von Biolebensmitteln außer Haus

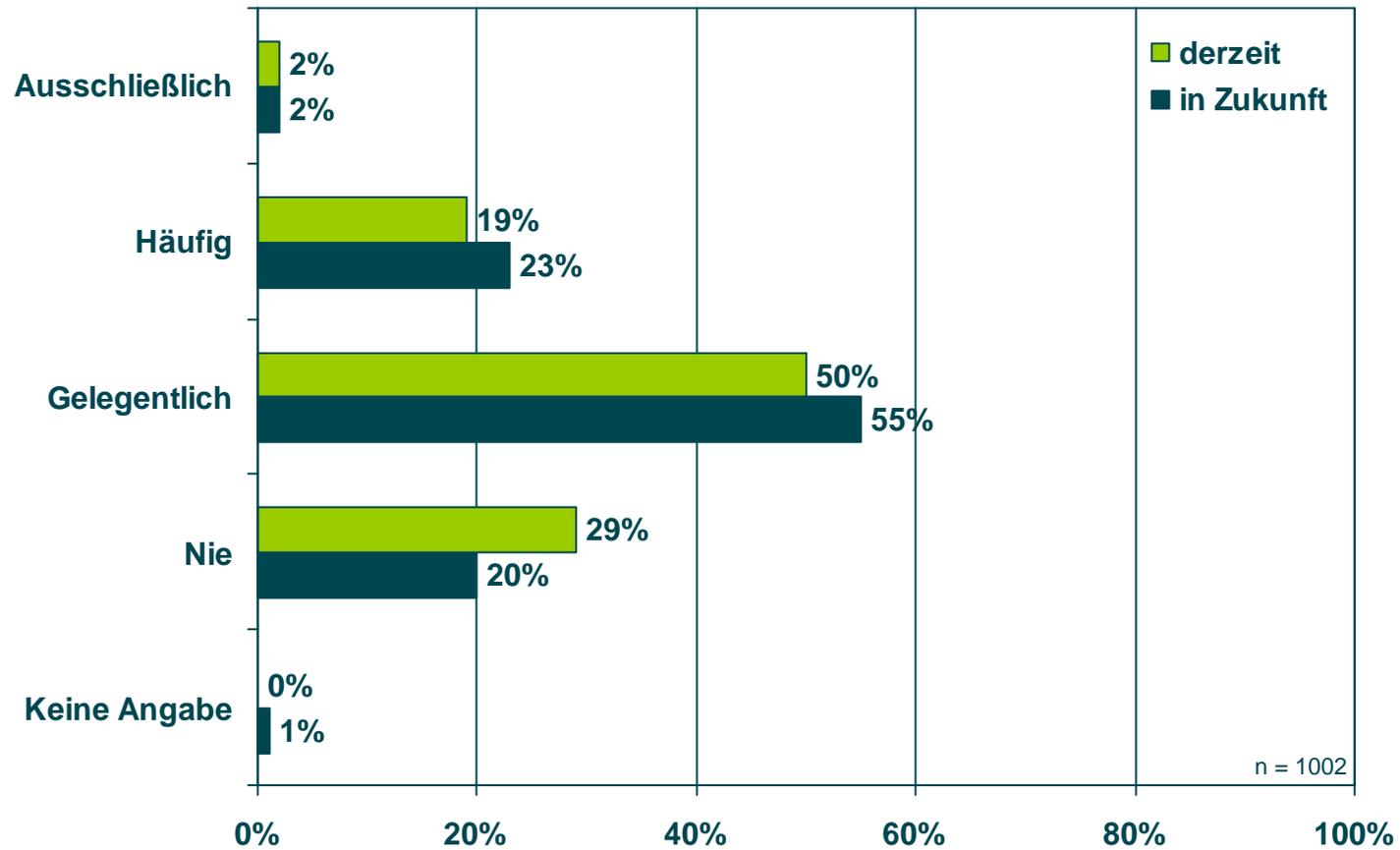
Ein Angebot von Biokost zu Hause (65 %) und bei Catering-Angeboten (53 %) hält immer noch die Mehrheit der Deutschen für sehr wichtig bzw. wichtig, auch wenn diese die geringste Zustimmung erhalten. Von ihnen denken insbesondere Frauen, es sei wichtig, zu Hause Biokost anzubieten.

76 % aller Befragten würden dann mehr Bio außer Haus essen, wenn die Glaubwürdigkeit bzw. Transparenz von Bio höher wäre. Ein häufigeres und vielfältigeres Angebot sowie ein günstigerer Preis wären für zwei Drittel von ihnen ebenfalls Gründe, Bio außer Haus zu essen. Eine bessere Kommunikation zu dem Thema könnte 59 % überzeugen.



Einkauf von Biolebensmitteln

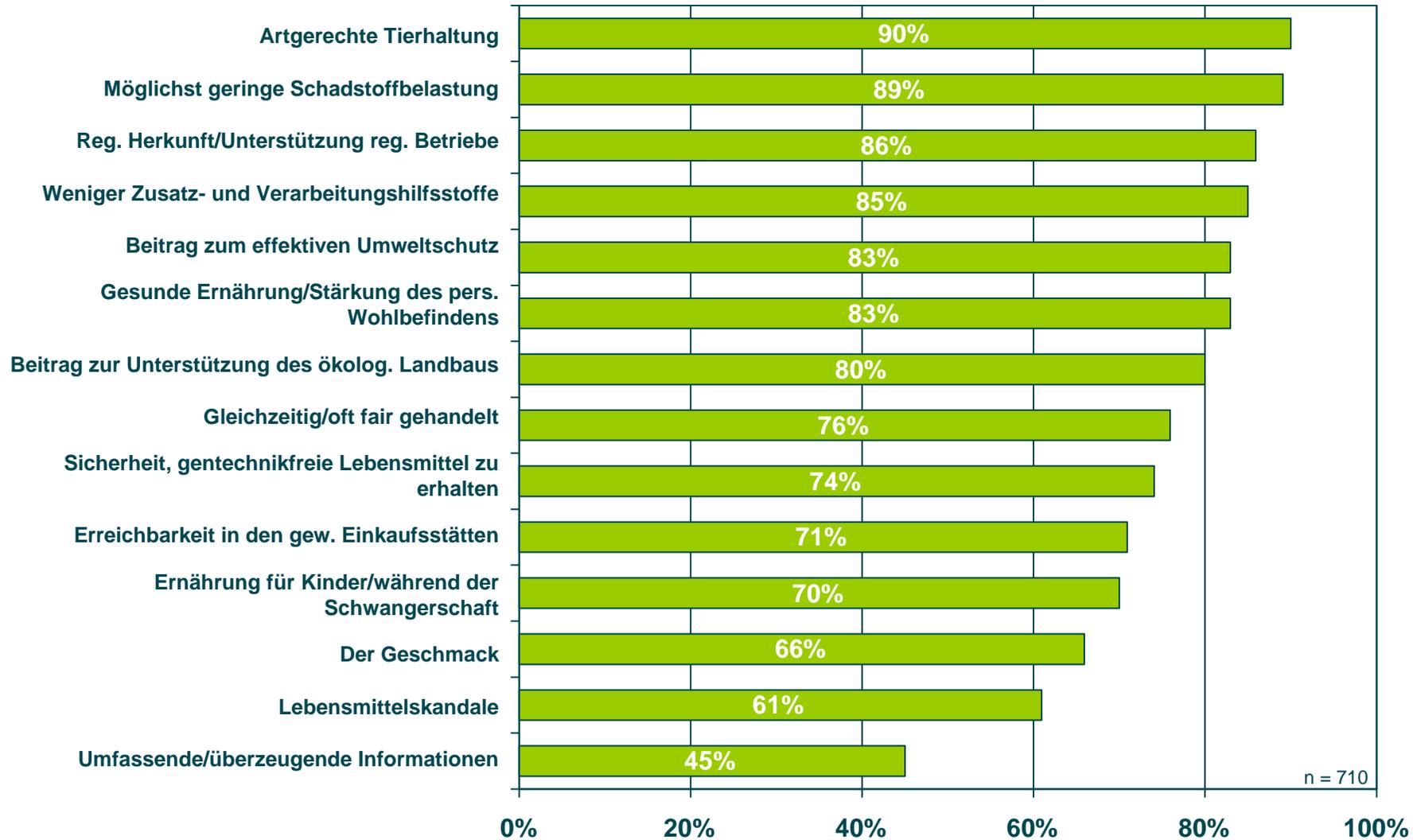
Was schätzen Sie, wie häufig kaufen Sie derzeit Biolebensmittel ein/ werden Sie in Zukunft Biolebensmittel einkaufen?



Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln

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

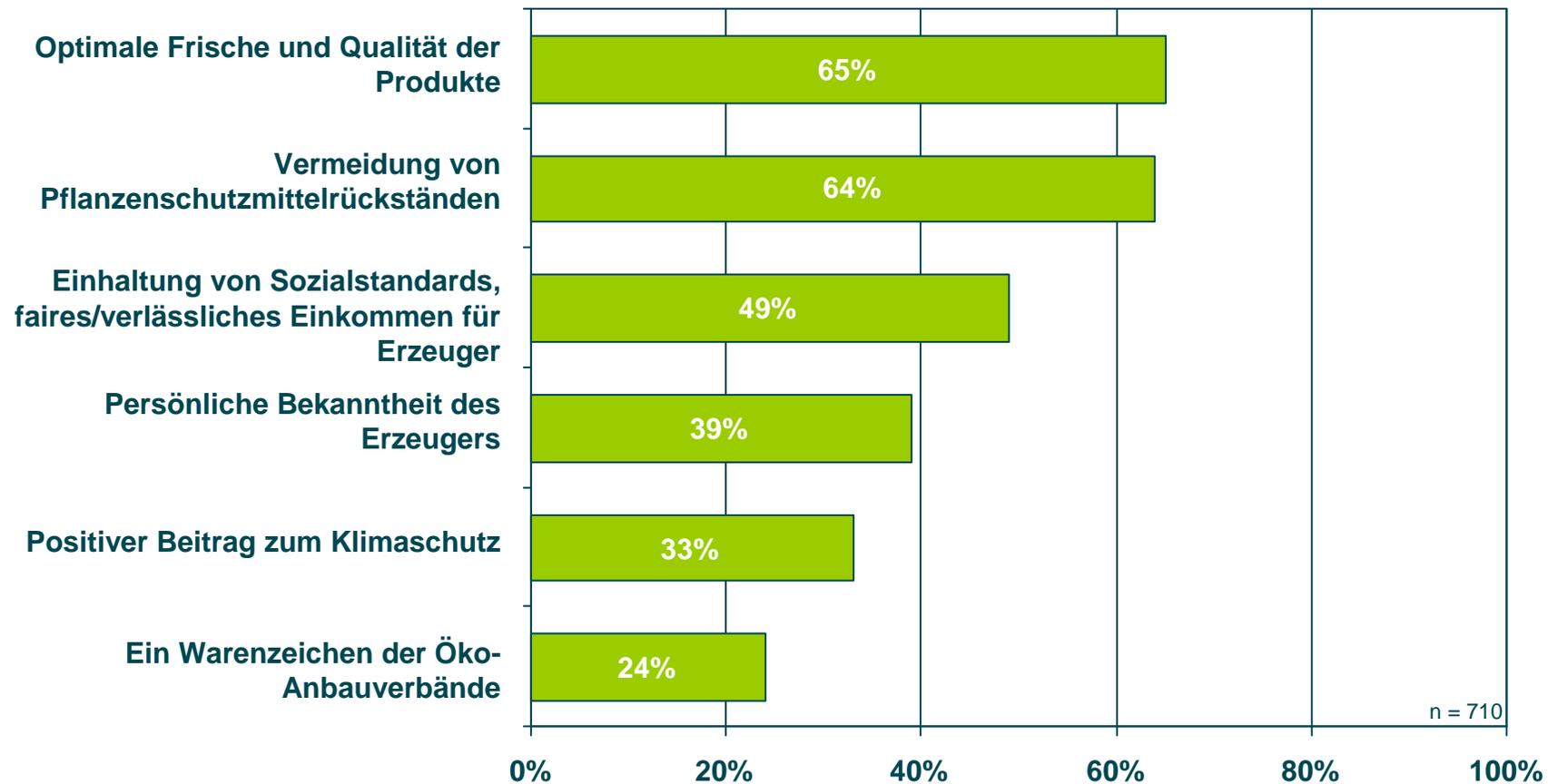
Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennungen möglich



Wichtige Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln

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

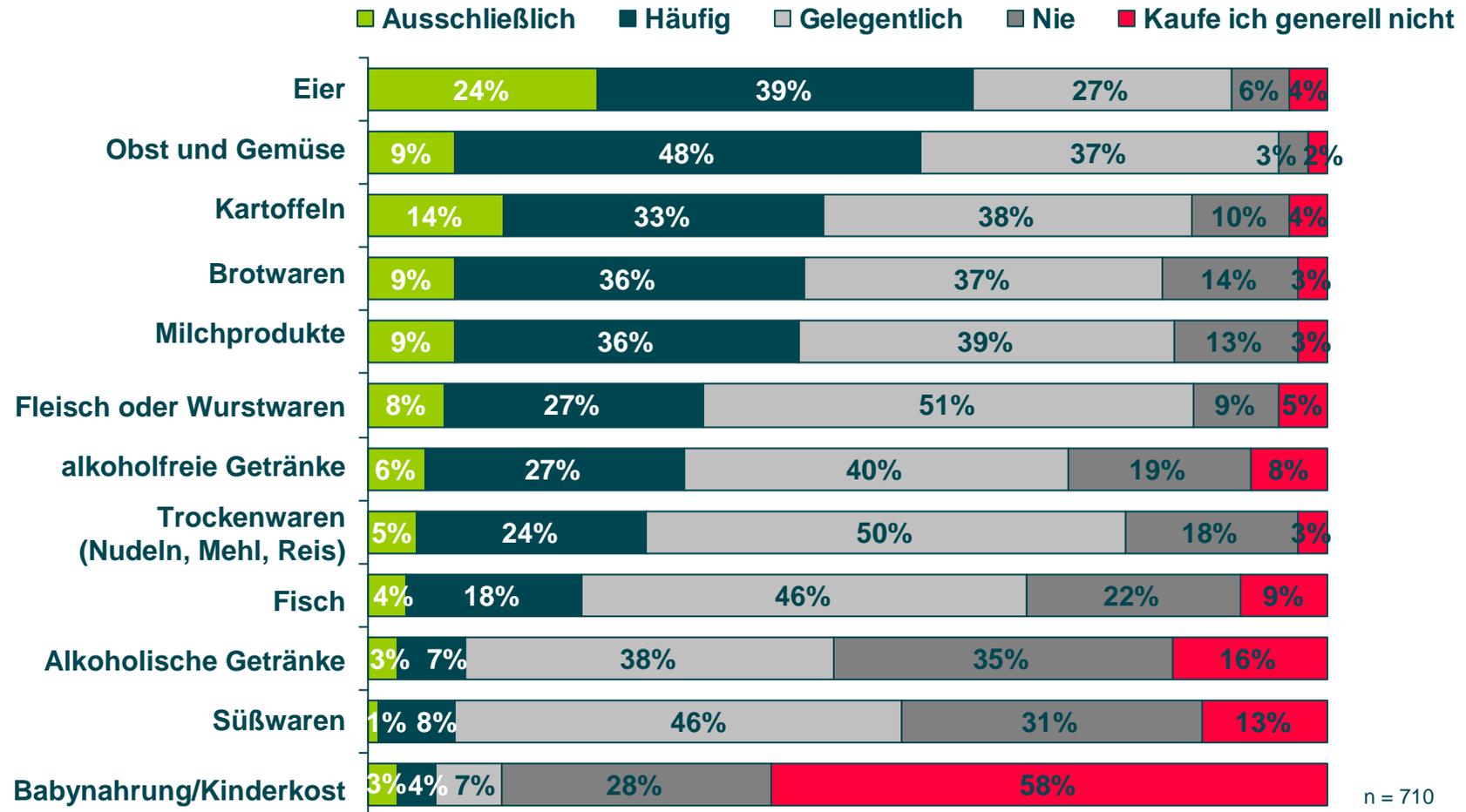
Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl von max. drei Aspekten



Häufigkeiten des Erwerbs bestimmter Biolebensmittel

Wie häufig erwerben Sie die folgenden Biolebensmittelprodukte?

Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen

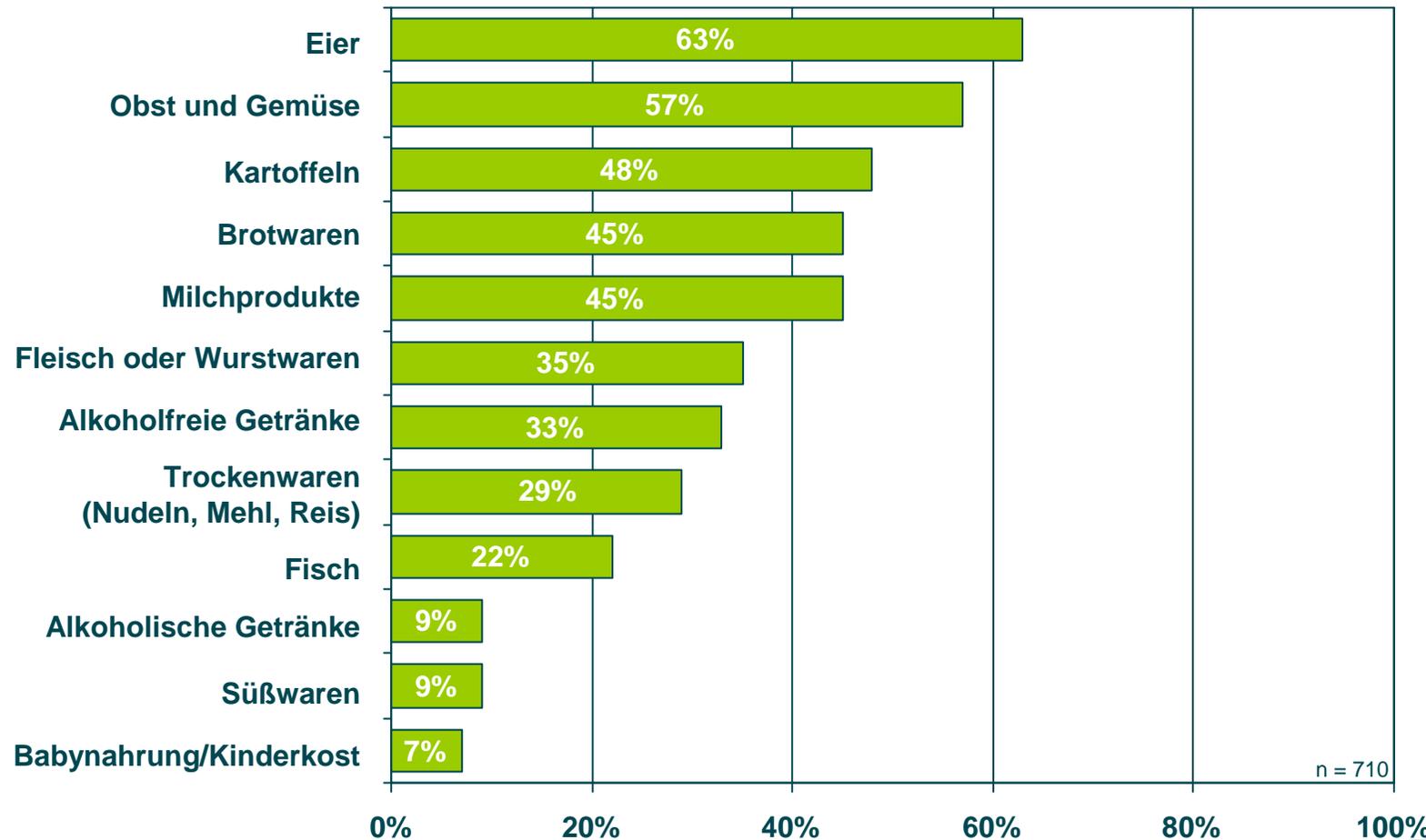


Häufigkeiten des Erwerbs bestimmter Biolebensmittel

Wie häufig erwerben Sie die folgenden Biolebensmittelprodukte?

Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen

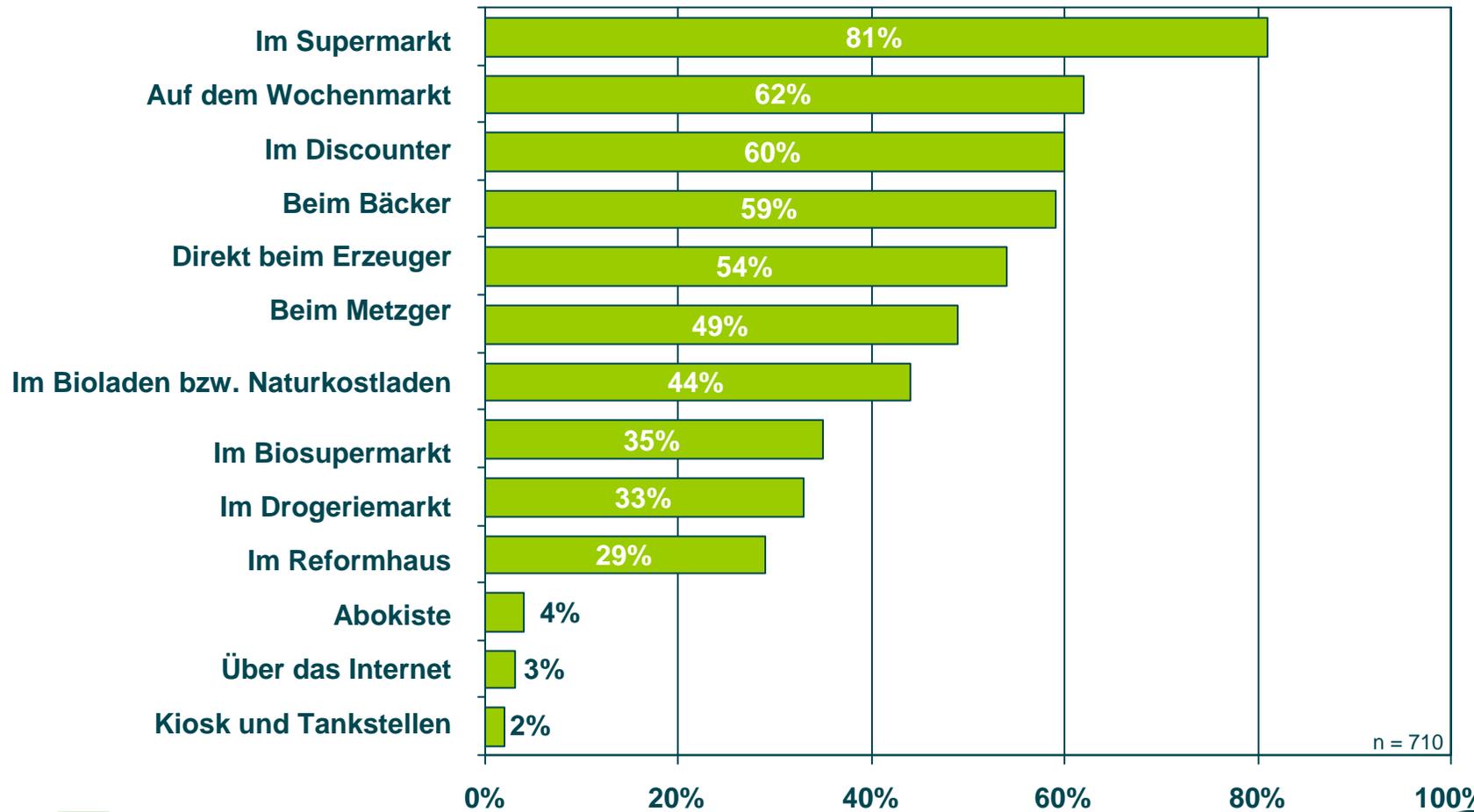
Top Two (Kaufe ich ausschließlich, kaufe ich häufig) auf einer Skala von „Kaufe ich ausschließlich, häufig, gelegentlich, nie“ bis „Kaufe ich generell nicht“



Bevorzugter Ort zum Einkauf von Biolebensmitteln

Wo kaufen Sie Bioprodukte?

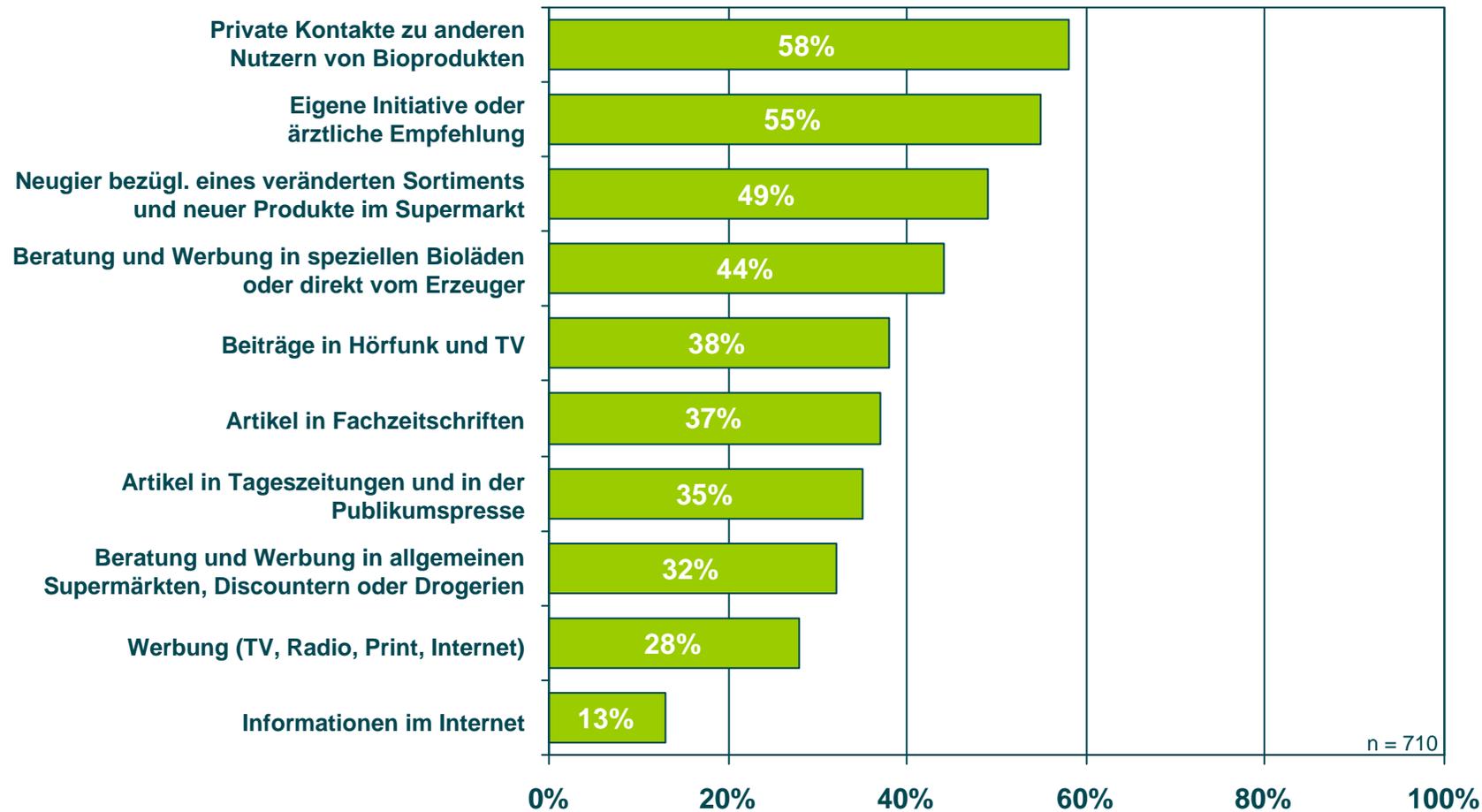
Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennungen möglich



Bezug von Informationen über Biolebensmittelprodukte

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

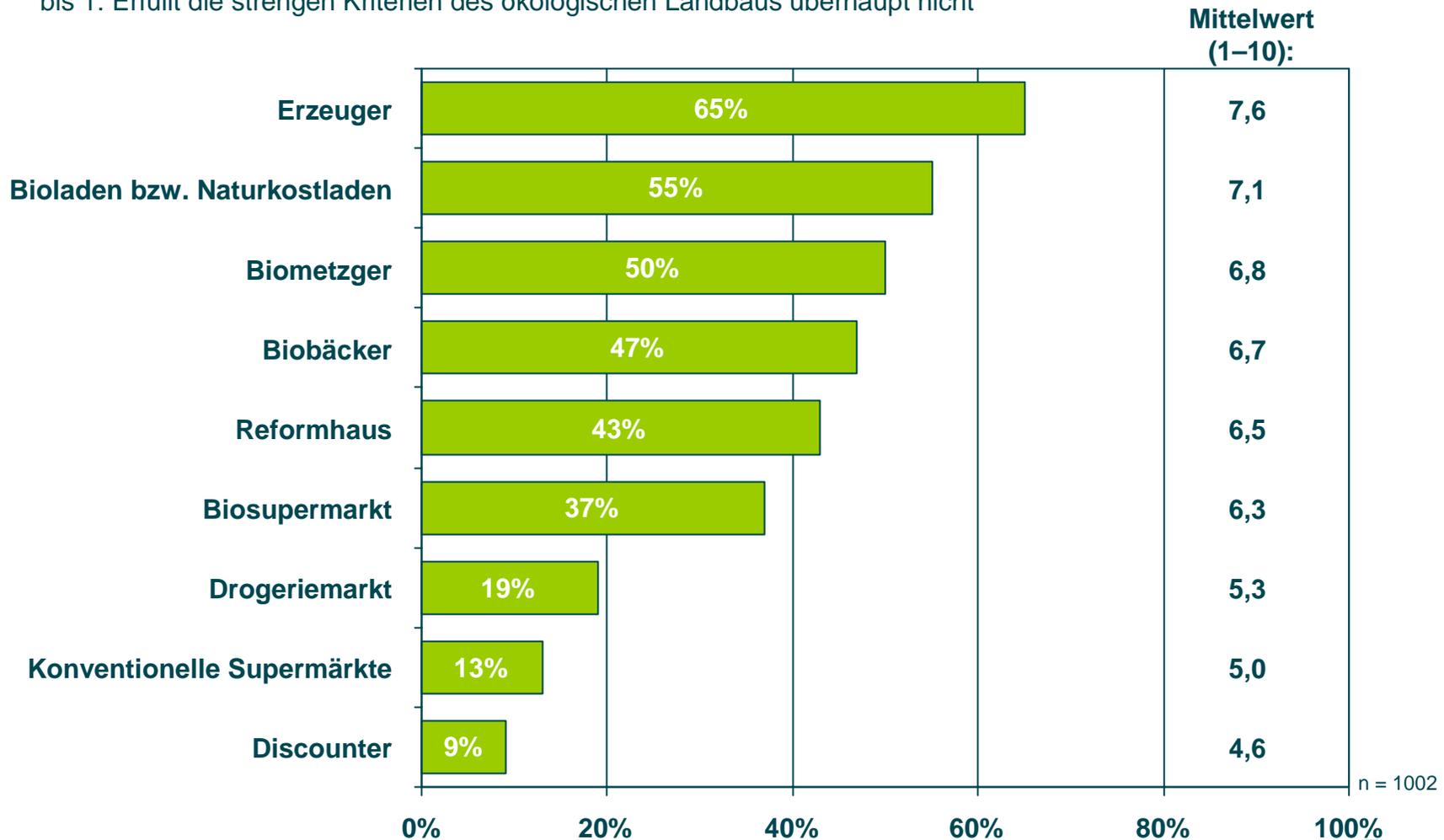
Selektion: Befragte, die derzeit Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennungen möglich



Vertrauen in die Erfüllung der Kriterien des ökologischen Landbaus

Bitte geben Sie für jede der folgenden Einkaufsstätten Ihre persönliche Einschätzung ab, wie sehr die dort verkauften Biolebensmittel die strengen Kriterien des ökologischen Landbaus erfüllen oder nicht.

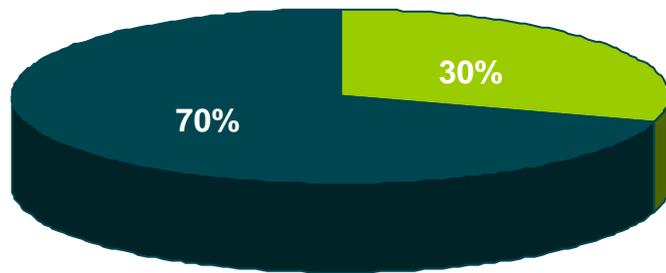
Top Three (8–10) auf einer Skala von 10: Erfüllt die strengen Kriterien des ökologischen Landbaus völlig
bis 1: Erfüllt die strengen Kriterien des ökologischen Landbaus überhaupt nicht



Fragen zum EU-Bio-Logo

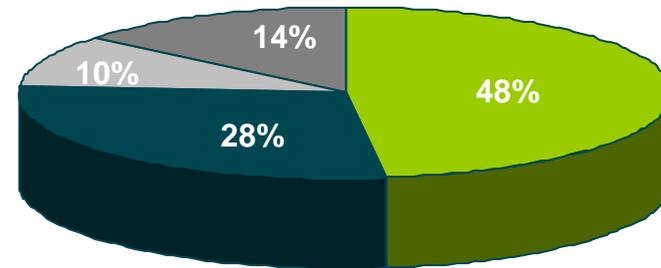


Ist Ihnen das neue EU-Bio-Logo bekannt, das dieses Jahr von der EU eingeführt wurde?



■ Ja, bekannt ■ Nein, nicht bekannt

Wie schätzen Sie den Standard von Produkten mit EU-Bio-Logo in Bezug auf Anbauweise und Verarbeitung der Lebensmittel ein?



■ Der Standard ist niedriger als beim deutschen Bio-Siegel
■ Der Standard entspricht dem deutschen Bio-Siegel
■ Der Standard ist höher als beim deutschen Bio-Siegel
■ Weiß nicht

n = 1002

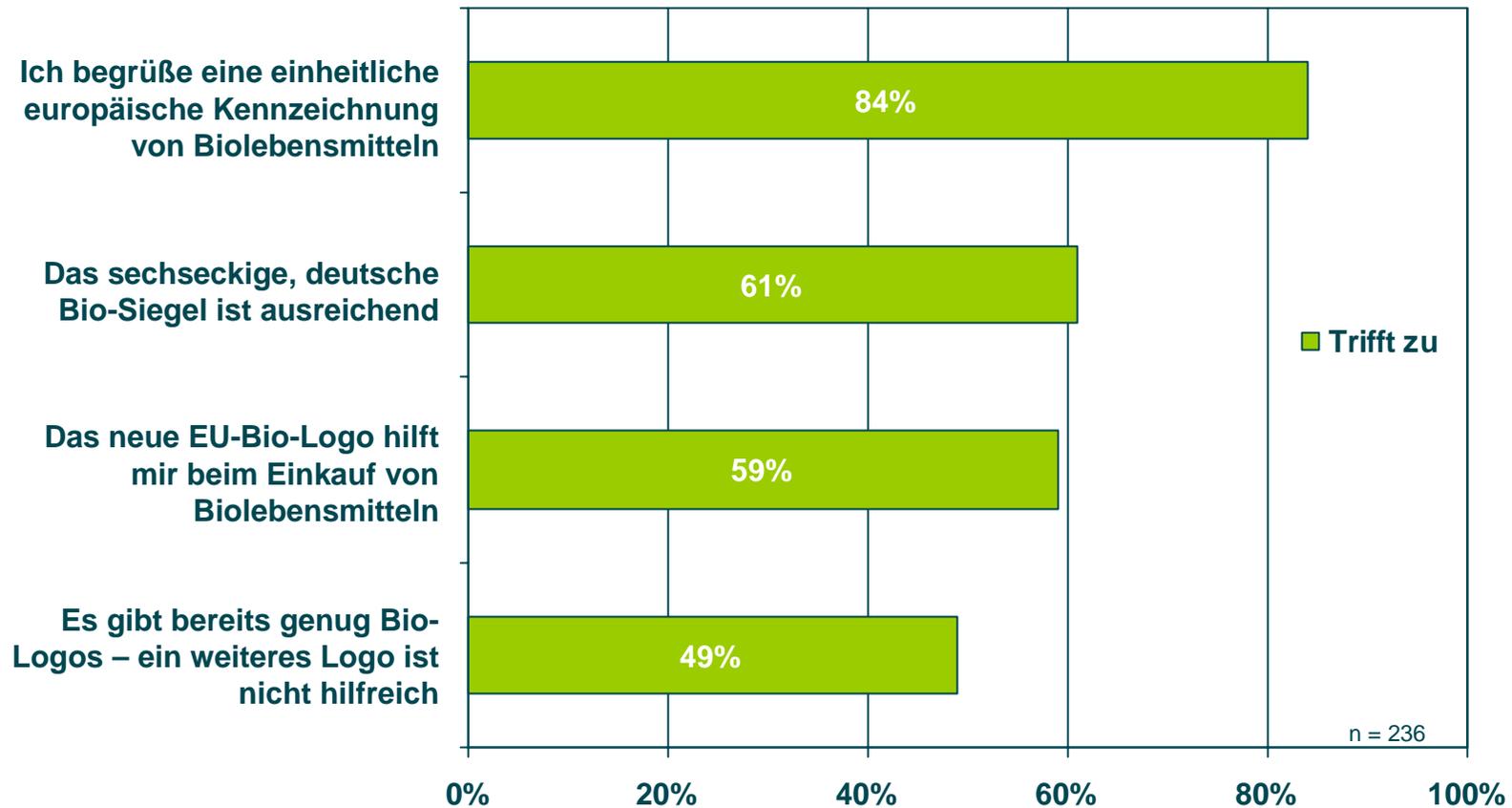


Meinungen zum EU-Bio-Logo



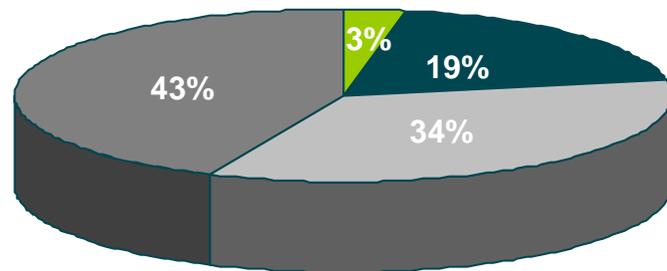
Treffen die folgenden Aussagen zum neuen EU-Bio-Logo Ihrer Meinung nach zu?

Selektion: Befragte, die das EU-Bio-Logo kennen und Biolebensmittel kaufen, Mehrfachnennungen möglich



Verzehr von Biolebensmitteln außer Haus

Wie häufig essen Sie außer Haus – also nicht zu Hause – Bio?

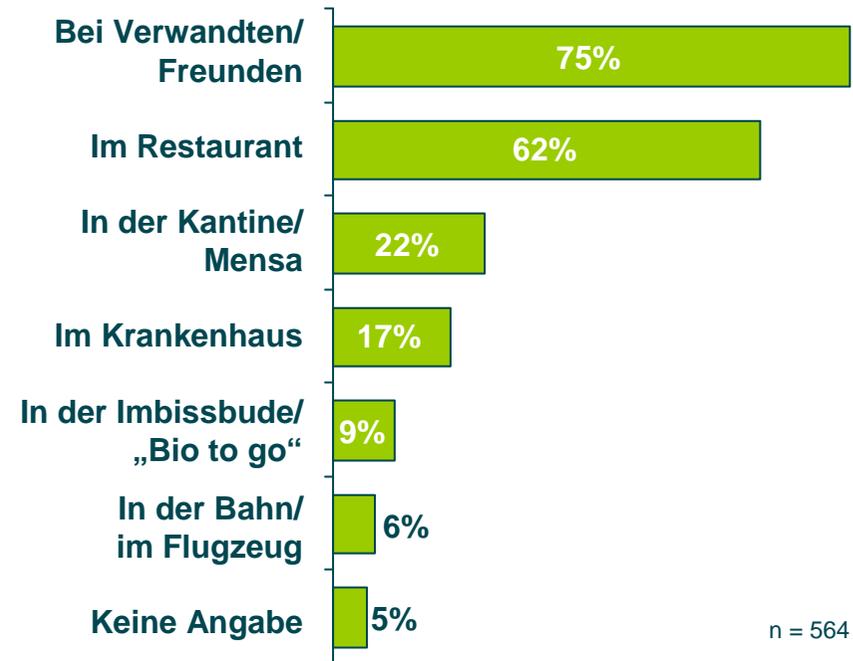


■ Oft
 ■ Gelegentlich
 ■ Selten
 ■ Nie

n = 1002

Wo haben Sie bereits außer Haus Bio gegessen?

Selektion: Befragte, die Biolebensmittel auch außer Haus essen, Mehrfachnennungen möglich

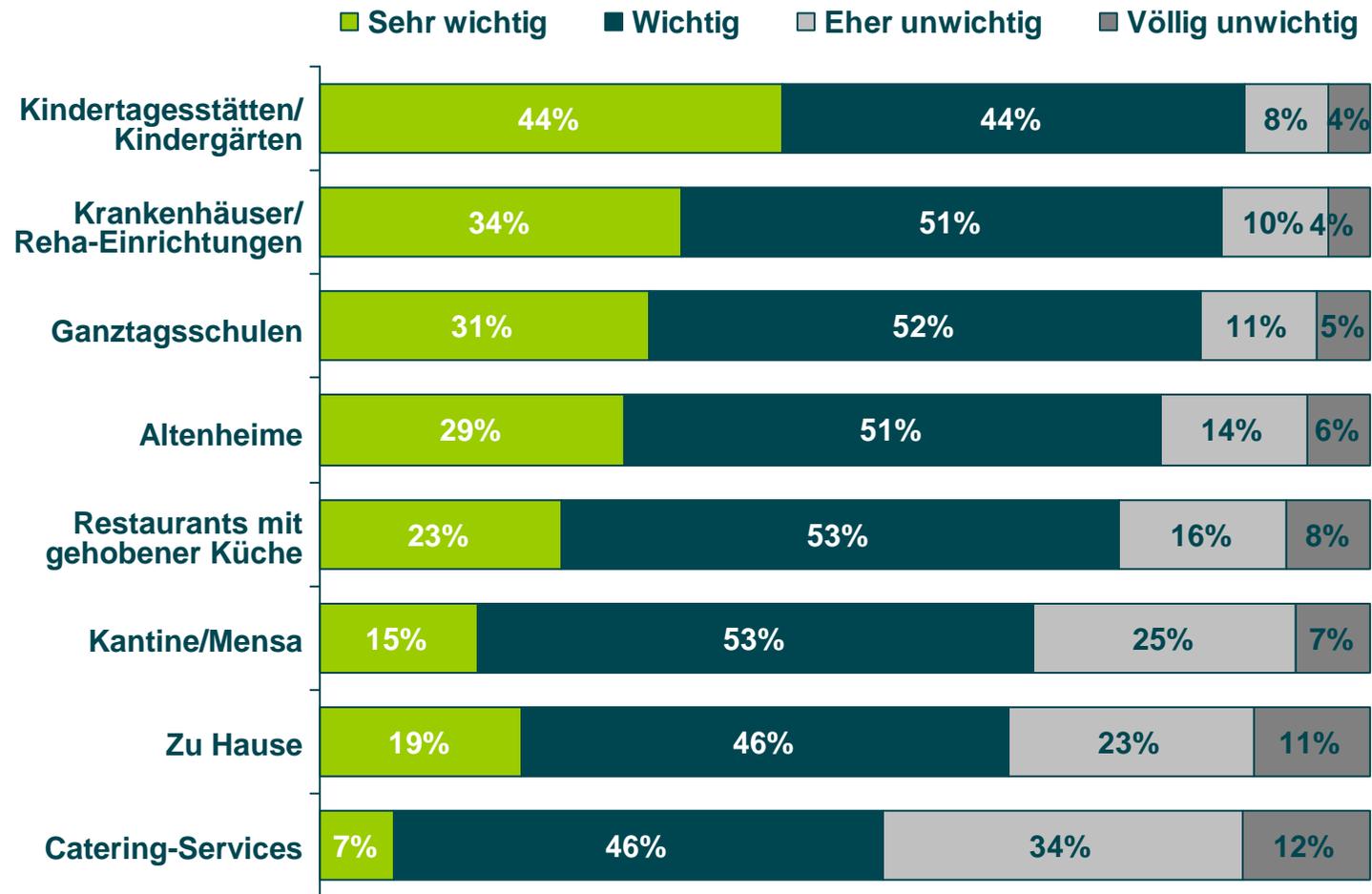


n = 564



Wichtigkeit des Angebots von Biokost

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



n = 1002



Voraussetzungen für mehr Außer-Haus-Verzehr von Biokost

Unter welchen Voraussetzungen würden Sie außer Haus mehr Bio essen?

Mehrfachnennungen möglich

