



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft

BÖLN

Bundesprogramm Ökologischer Landbau  
und andere Formen nachhaltiger  
Landwirtschaft

# Öko-Barometer 2021

Umfrage zum Konsum  
von Bio-Lebensmitteln



[oekolandbau.de](https://www.oekolandbau.de)

[bmel.de](https://www.bmel.de)







## Liebe Leserinnen und Leser,

unsere neue Bundesregierung wird die größten Herausforderungen unserer Zeit angehen: die Klimakrise und den Erhalt des Artenreichtums. Wir wollen die gesamte Landwirtschaft in ihrer Vielfalt an den Zielen Umwelt- und Ressourcenschutz ausrichten. Der Öko-Landbau hat für mich als Minister für Ernährung und Landwirtschaft in diesem Zusammenhang eine besonders große Bedeutung.

Gut, dass viele Verbraucherinnen und Verbraucher das ebenfalls so sehen. Das zeigt unser Öko-Barometer, das über Jahre ein steigendes Interesse an Bio-Lebensmitteln dokumentiert. Seit 2002 ermittelt diese repräsentative Umfrage, wie oft und warum Verbraucherinnen und Verbraucher biologisch erzeugte Lebensmittel kaufen. Und es gibt Auskunft darüber, welche Aspekte ihnen dabei besonders wichtig sind.

Fast zeitgleich mit dem Öko-Barometer wurde damals das Bio-Siegel eingeführt. Anlass für uns, beim jährlich wechselnden Schwerpunktthema des Barometers dieses Mal nach der Bekanntheit des deutschen Bio-Siegels zu fragen. Es stellte sich heraus: Mehr als 80 Prozent der Befragten kennen das staatliche Siegel.



Mehr als Dreiviertel von ihnen achten und vertrauen beim Einkauf darauf. Bei der Kaufentscheidung von Bio-Lebensmitteln spielt besonders die artgerechte Tierhaltung eine wichtige Rolle. Da ich mich in meinem Amt auch als obersten Tierschützer des Landes begreife, freut mich das natürlich umso mehr.

In dieser Legislaturperiode haben wir uns einiges vorgenommen, um unsere Ernährungswirtschaft zukunftsfest aufzustellen. Wenn wir über Lebensmittel und unsere Ernährung reden, dann betrifft das letztlich jede und jeden von uns. Mir ist deshalb wichtig, dass wir die vor uns liegenden Aufgaben gemeinsam angehen – mit Ihnen, mit den vielen unterschiedlichen Akteuren der Agrar- und Ernährungswirtschaft und mit den Landwirtinnen und Landwirten im ganzen Land.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!  
Viele Grüße

Cem Özdemir MdB

Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft



# Inhalt

1 Ergebnistelegamm mit Vergleich zum Öko-Barometer 2020	5
2 Bio-Lebensmittelkonsum	9
3 Schwerpunktthema 2021: Das deutsche Bio-Siegel	21
4 Studienhintergrund	27





# 1

---

## **Ergebnistelegramm**

*mit Vergleich zum  
Öko-Barometer 2020*

## Ergebnistelegramm:

### *Regionalität und Tierwohl gehören beim Kauf von Bio-Lebensmitteln zu den wichtigsten Gründen.*

- **38 Prozent** der Befragten bekunden im Jahr 2021, **häufig (33 Prozent) oder ausschließlich (5 Prozent)** Bio-Produkte zu kaufen. Unter den befragten Frauen geben dies 39 Prozent an und unter den Männern mit 36 Prozent ein nur geringfügig kleinerer Anteil.
- Im Blick auf die Zukunft schätzen **47 Prozent der Befragten, dass sie häufig (41 Prozent) oder ausschließlich (6 Prozent) Bio-Lebensmittel erwerben werden.** Auch in diesem Punkt liegen Frauen und Männer wieder nahezu gleichauf. Knapp ein Fünftel (19 Prozent) aller Befragten gibt an, derzeit nie Bio-Lebensmittel zu kaufen, und innerhalb dieser Gruppe planen wiederum auch zwei Drittel, in Zukunft keine Bio-Produkte zu erwerben.
- Die **Nachfrage nach Bio-Produkten ist bei den Klassikern Eier sowie Gemüse und Obst am größten**, gefolgt von Kartoffeln, Milchprodukten sowie Fleisch- und Wurstwaren. Am unteren Ende dieser Rangfolge der Bio-Nachfrage stehen Süßwaren und alkoholische Getränke. 56 bzw. 65 Prozent der Befragten geben jeweils an, diese Bio-Produkte nie zu erwerben bzw. die betreffende Produktkategorie generell nicht zu kaufen.
- Gekauft werden die Bio-Produkte am **häufigsten im Supermarkt**: Allein **neun von zehn befragte Bio-Käuferinnen und Käufer** nutzen das Bio-Angebot der Supermärkte. Wengleich **der Discounter an zweiter Stelle** genannt wird, liegt er **mit 71 Prozent** deutlich dahinter. Nachfolgend nennen etwa 6 von 10 Befragten auch Bäckereien, Wochenmärkte, Metzgereien und erzeugende Betriebe als Einkaufsorte. Etwa knapp die Hälfte kauft Bio-Produkte im Bio- oder Naturkostladen, etwas geringer ist der Anteil im Drogeriemarkt. Eine stabile kleine Minderheit von weniger als einem Zehntel gibt an, Bio-Produkte im Internet zu kaufen.
- **Regionale Herkunft, artgerechte Tierhaltung, eine gesunde Ernährung und möglichst naturbelassene Lebensmittel** sind mit Zustimmungsraten von jeweils **mehr als 90 Prozent die wichtigsten Gründe** für den Kauf von Bio-Lebensmitteln. Als weitere, ebenfalls häufig genannte Gründe äußern die Befragten den Wunsch nach Vermeidung von Pflanzenschutzmittelrückständen, nach Einhaltung von Sozialstandards und fairen Einkommen für die Landwirtschaftsbetriebe sowie nach weniger Zusatz- und Verarbeitungshilfsstoffen. Neben zahlreichen weiteren Gründen sind für die Befragten der persönliche Beitrag zur Erhaltung bzw. Förderung der biologischen Vielfalt und die Sicherheit, Lebensmittel zu kaufen, für deren Herstellung keine gentechnisch veränderten Organismen verwendet werden dürfen, bedeutsam.
- Dabei wird das **Interesse der Käuferinnen und Käufer an Bio-Lebensmitteln vor allem der eigenen Initiative zugeschrieben (83 Prozent)** und im engeren persönlichen Umfeld durch private Kontakte zu anderen Bio-Nutzerinnen und -Nutzern geweckt bzw. bestärkt (63 Prozent). Aber auch ein verändertes Sortiment oder neue Produkte im gewohnten Supermarkt fördern die Neugier (56 Prozent), und zudem sind knapp die Hälfte offen für Beratung und Werbung durch Bio-Läden oder erzeugende Betriebe.
- Unter den vier dargebotenen zusammenfassenden Motivbündeln für den Einkauf von Bio-Lebensmitteln wurde von mehr als **drei Viertel der Befragten der Aspekt „Umwelt- bzw. Klimaschutz sowie artgerechte Tierhaltung“ als wichtigster oder als zweitwichtigster Grund gewählt.** „Gesunde Lebensmittel“ stellen für knapp die Hälfte den wichtigsten oder zweitwichtigsten Aspekt dar. An dritter Stelle liegen „faire Bedingungen bei Produktion und Handel“ mit einem Anteil von 42 Prozent für den wichtigsten oder zweitwichtigsten Kaufgrund. Der Genussfaktor **„Geschmack“ steht gegenüber den anderen genannten Aspekten an letzter Stelle** und ist nur für rund ein Viertel der Befragten ausschlaggebend.

## Vergleich zum Öko-Barometer 2020: *Die Ergebnisse bleiben größtenteils konstant. Allerdings sinkt nach Angabe der Befragten die Kaufhäufigkeit tierischer Bio-Lebensmittel, während Trockenwaren an Beliebtheit gewinnen.*

- Die **Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln steigt langfristig** an. Deren Anteil am persönlichen Warenkorb schätzten die Befragten **2021 ähnlich hoch ein wie im Vorjahr**.
- Im Jahr **2021 geben 38 Prozent der Befragten an, häufig oder ausschließlich Bio-Lebensmittel zu kaufen**. Im Jahr 2020 betrug der entsprechende Anteil 37 Prozent, und in beiden Jahren ist der Wert gegenüber 2019 (49 Prozent) um 10 Prozentpunkte gefallen. Allerdings lagen die Ergebnisse für 2019 auf einem besonders hohen Niveau, denn noch 2018 betrug dieser Anteil lediglich 28 Prozent.
- Ähnliche Entwicklungen weisen auch die Zahlen für die **beabsichtigte zukünftige Einkaufshäufigkeit von Bio-Lebensmitteln** auf. Im Jahr 2018 gaben lediglich 35 Prozent der Befragten an, zukünftig häufig oder ausschließlich Bio-Lebensmittel erwerben zu wollen. Im Jahr 2019 bekundeten dies 58 Prozent und **2020 sowie 2021 wiederum 48 bzw. 47 Prozent**. Vor dem Hintergrund der sich rasch entwickelnden Popularität von Umweltbewegungen einerseits und der anhaltenden Corona-Pandemie andererseits haben sich die Angaben zur **Bio-Kaufhäufigkeit 2021 und 2020 auf einem hohen Niveau stabilisiert**.
- Dabei weisen die Ergebnisse darauf hin, dass **Frauen und Männer sich in ihrem Bio-Einkaufsverhalten 2021 gegenüber 2020 deutlich einander angenähert haben**. Waren es 2020 noch 29 Prozent der Männer, aber 44 Prozent der Frauen, die häufig oder ausschließlich Bio-Lebensmittel kauften, bekundeten dies 2021 insgesamt 36 Prozent der Männer und 39 Prozent der Frauen. Auch im letztjährigen Sonderthema des Öko-Barometers zum Umgang mit Lebensmitteln während der Corona-Pandemie konnte ein Trend zu einer stärkeren Teilnahme der Männer bei Erwerb und Zubereitung von Lebensmitteln und Speisen beobachtet werden, der auch den Kauf von Bio-Lebensmitteln einschließt.
- Nach Produktkategorien betrachtet **sinken jedoch die Anteile für den häufigen oder ausschließlichen Erwerb aller tierischen Bio-Lebensmittel bis auf Fisch** – allen voran trifft dies zu auf Bio-Eier sowie Bio-Milchprodukte und Bio-Fleisch oder -Wurstwaren. Auch Bio-Gemüse und -Obst werden nach Angaben der Befragten weniger intensiv gekauft als im Vorjahr. Alle genannten Produktgruppen fallen anteilig um etwa 6 bis 7 Prozentpunkte zurück. **Leicht gestiegen ist im gleichen Zeitraum indes der Zuspruch für Trockenwaren**, also Nudeln, Mehl und Reis aus ökologischer Produktion (von 32 auf 36 Prozent).
- Die **Gründe für den Erwerb von Bio-Lebensmitteln** zeichnen sich durch eine **hohe zeitliche Konstanz** aus und verschieben sich lediglich um wenige Prozentpunkte nach oben oder unten. So ist beispielsweise 2021 die **regionale Herkunft und die Unterstützung regionaler Betriebe der am häufigsten genannte Kaufgrund für Bio-Lebensmittel (93 Prozent)**, zusammen mit der **artgerechten Tierhaltung (92 Prozent)**, die im Vorjahr die Rangfolge mit 96 Prozent anführte, sowie **der gesunden Ernährung (92 Prozent)**. Für diese und weitere Gründe liegen jedoch die Zustimmungsraten bei über 90 Prozent, und die geringfügigen Veränderungen entsprechen den bei Messungen möglichen Zufallsschwankungen.
- **Supermärkte bleiben die meistgenannten Einkaufsstätten für Bio-Lebensmittel**. Die Wahl der Einkaufsorte des Bio-Lebensmittelewerbs hat sich gegenüber 2020 nur gering verschoben. Leicht hinzugewonnen haben die Discounter, verloren indes die Metzgereien, Bio-Supermärkte und insbesondere die Drogeriemärkte und Reformhäuser als bevorzugte Einkaufsorte für Bio-Lebensmittel. Langfristig betrachtet zählen auch die Bio- bzw. Naturkostläden zu den Verlierern um die Kundengunst, wohingegen der **Kauf direkt bei den erzeugenden Betrieben zunimmt**.









# 2

---

## **Bio-Lebensmittel- konsum**

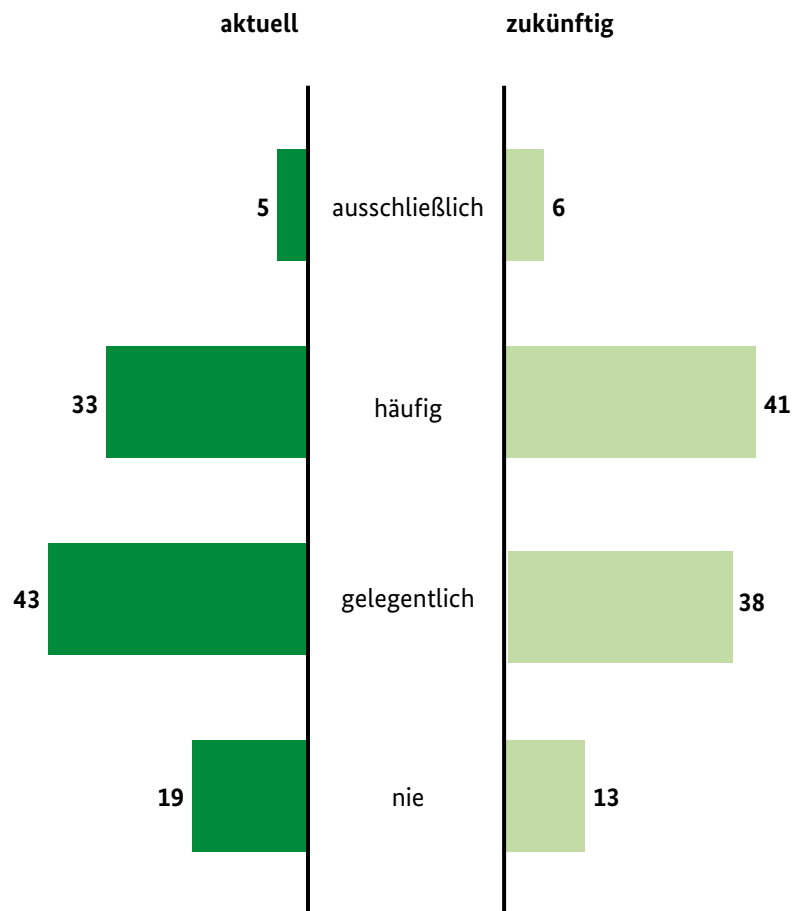
## Acht von zehn Befragten kaufen Bio-Produkte.



### Fragen:

Was schätzen Sie, wie häufig kaufen Sie derzeit Bio-Lebensmittel ein?

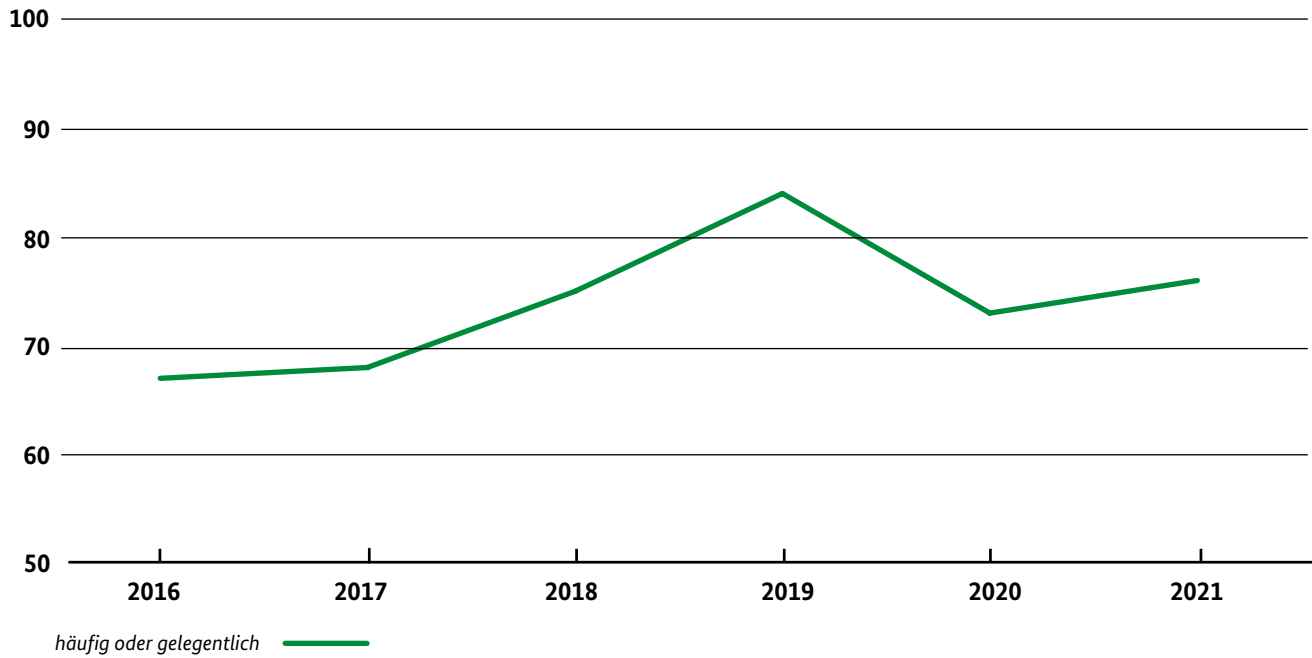
Was schätzen Sie, wie häufig werden Sie in Zukunft Bio-Lebensmittel einkaufen?



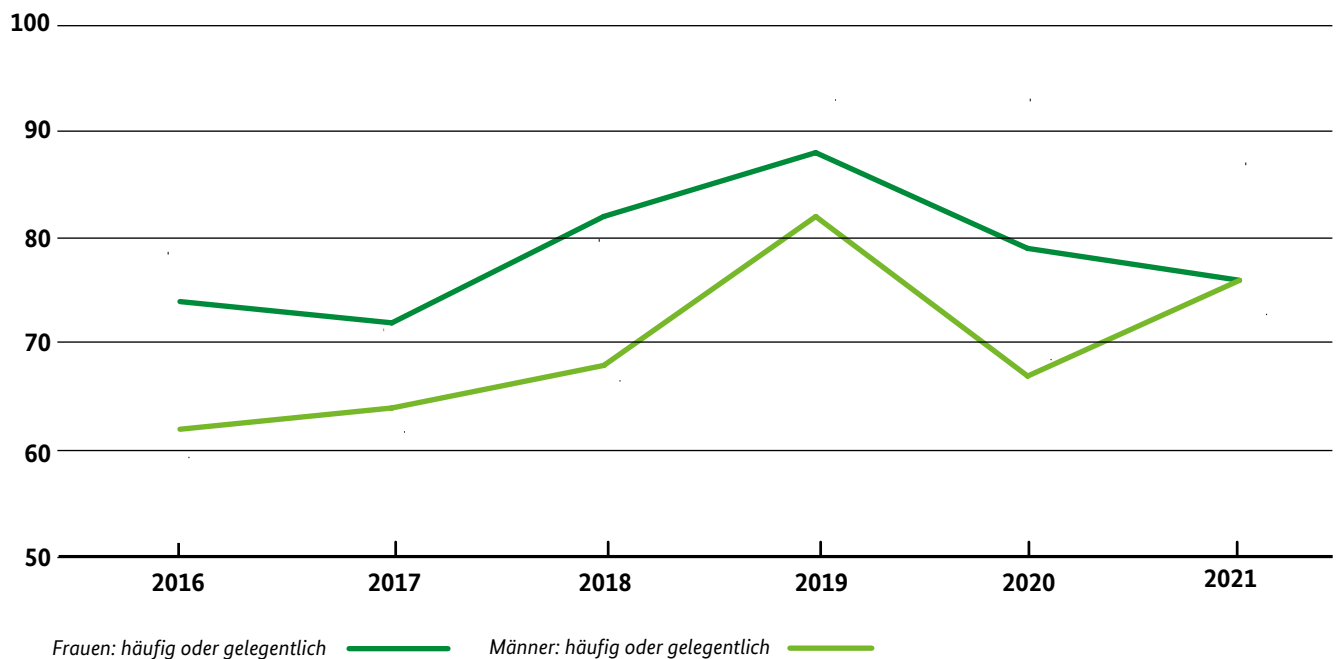
Angaben in Prozent; n = 1.022; an 100 Prozent fehlende Angaben: „weiß nicht“.



*Der Trend, Bio-Lebensmittel häufig oder gelegentlich zu kaufen, steigt tendenziell an.*



*Frauen und Männer gleichen sich 2021 in ihrem Bio-Einkaufsverhalten an.*

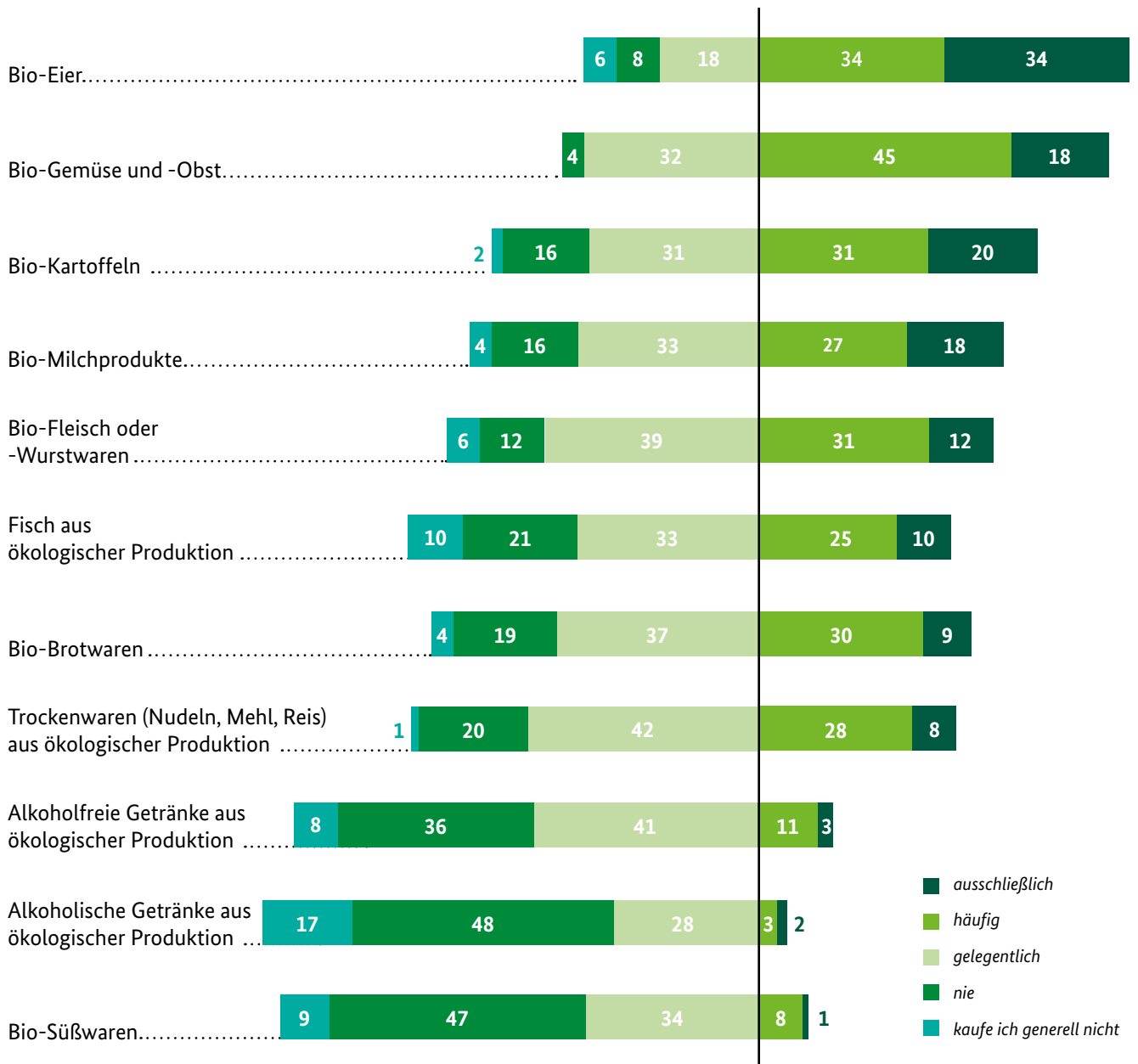


## Am häufigsten werden Eier sowie Gemüse und Obst in Bio-Qualität gekauft.



### Frage:

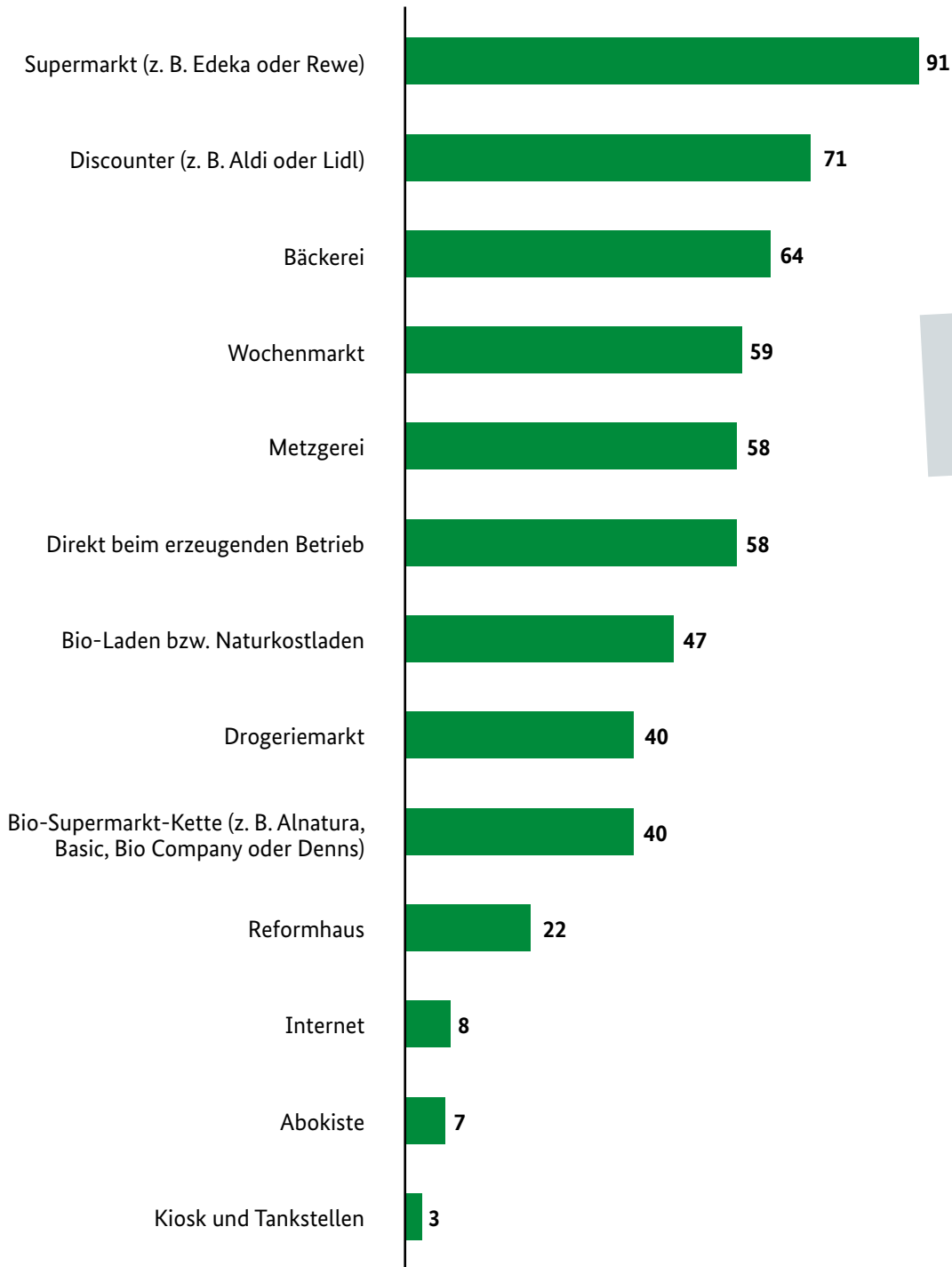
Wie häufig erwerben Sie die folgenden Bio-Produkte?



Angaben in Prozent; n = 824; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; an 100 Prozent fehlende Angaben: „weiß nicht“.



*Bio wird nach wie vor am häufigsten im Supermarkt gekauft.*



Frage: **Wo kaufen Sie Bio-Produkte?** ?

Angaben in Prozent; n = 824; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; nur Ja-Anteil dargestellt; Mehrfachnennungen möglich.

*Regionalität, Tierwohl, Gesundheit und Naturbelassenheit sind die vier häufigsten Gründe für den Kauf von Bio-Lebensmitteln.*



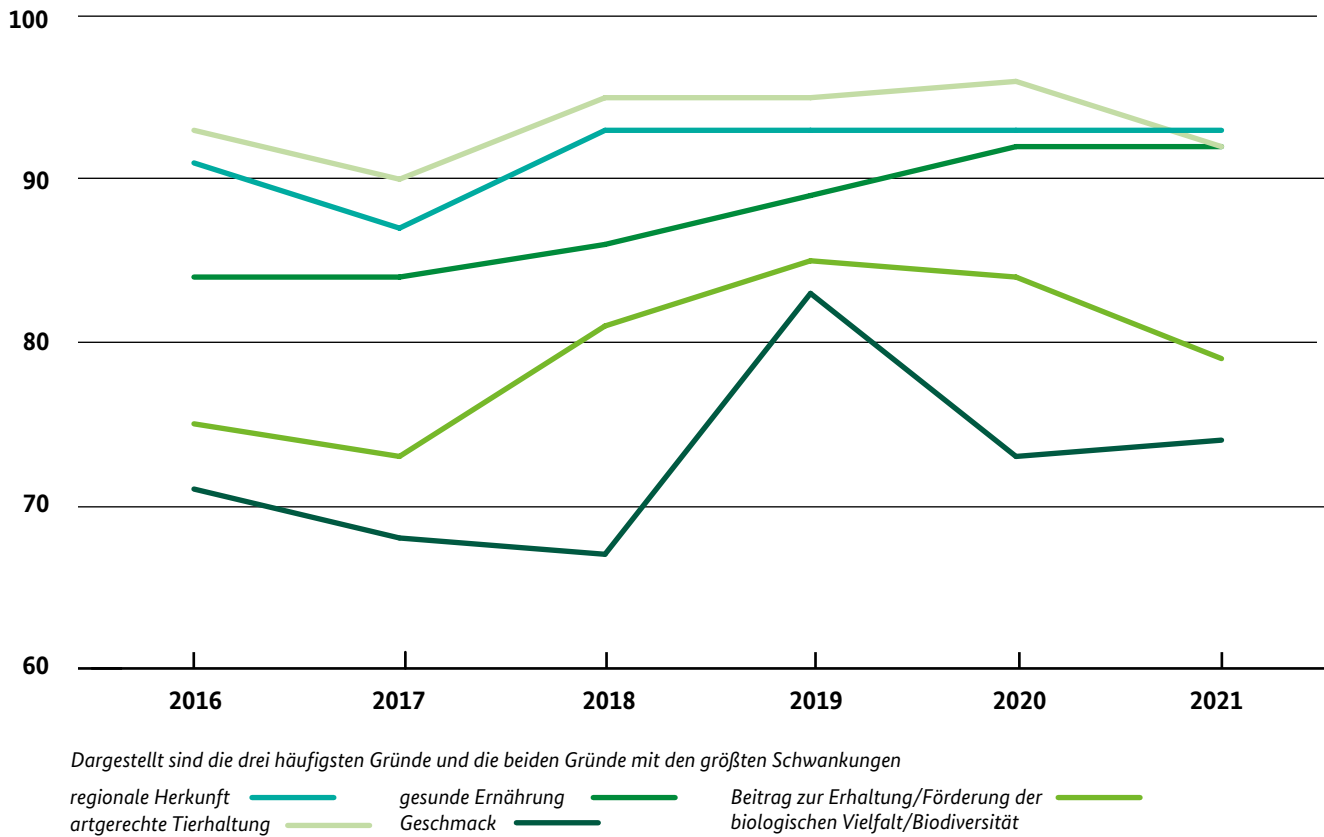
**Frage:**  
**Was sind die Gründe, die Sie dazu  
 veranlassen, Bio-Produkte zu kaufen?**



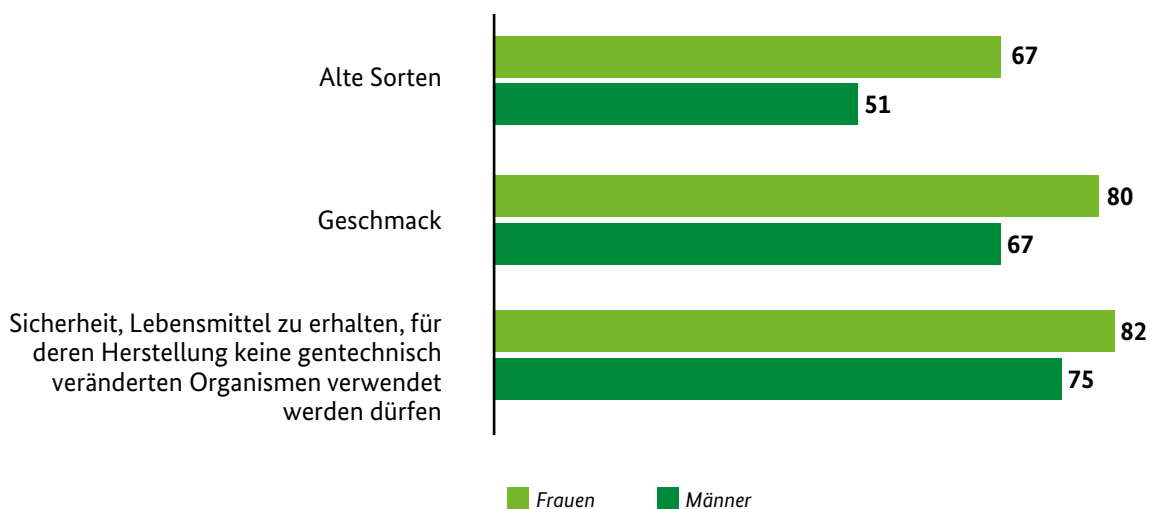
Angaben in Prozent; n = 824; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; nur Ja-Anteil dargestellt; Mehrfachnennungen möglich.



Beim Geschmack und bei der biologischen Vielfalt sind seit 2016 die größten Schwankungen beim Kauf von Bio-Lebensmitteln zu beobachten.



Bei den folgenden Gründen finden sich die größten Differenzen zwischen Frauen und Männern.



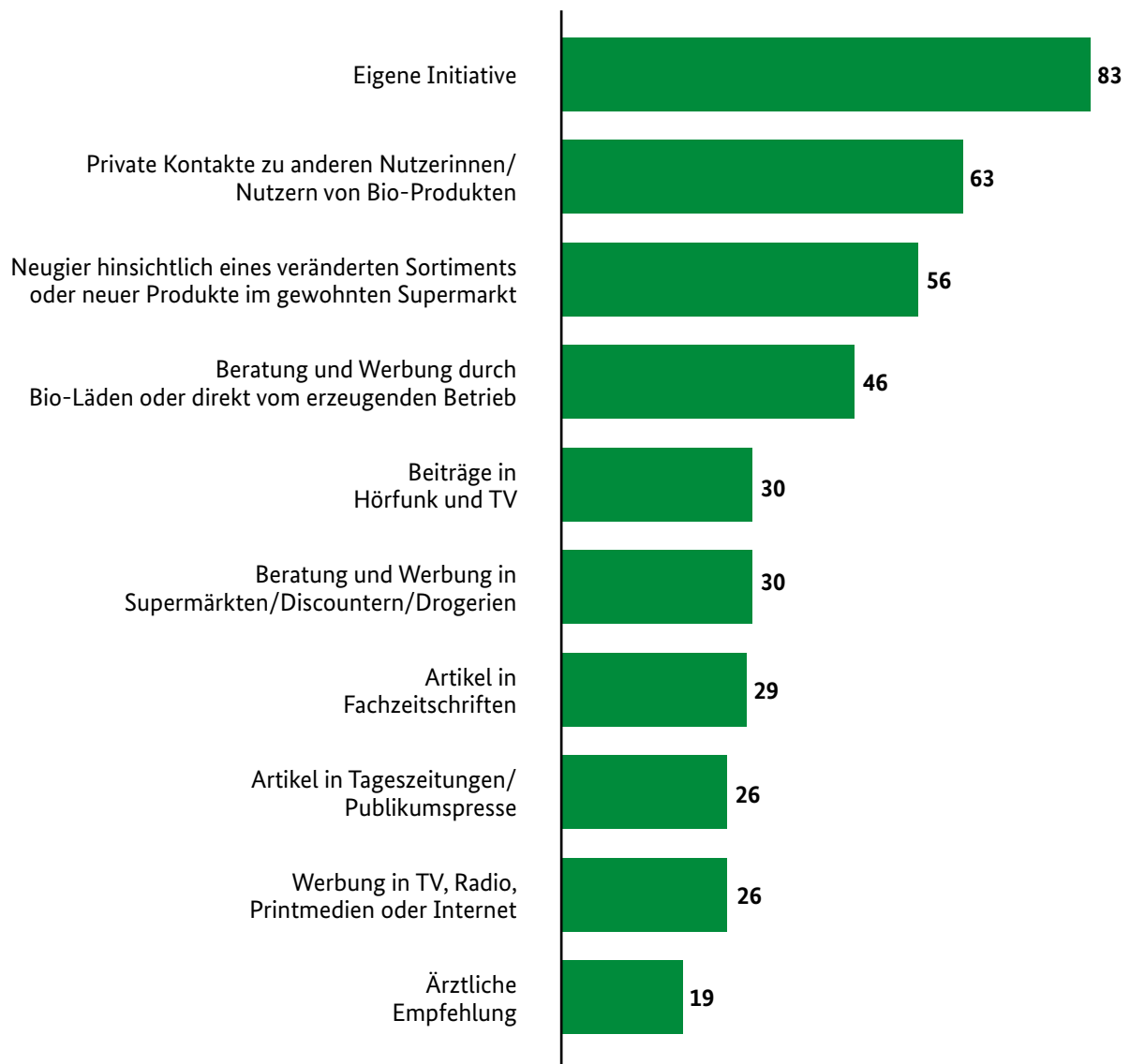
Angaben in Prozent; n = 824; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; nur Ja-Anteil dargestellt; Mehrfachnennungen möglich.

*Die Motivation für den Kauf von Bio-Lebensmitteln fußt vor allem auf der eigenen Initiative und auf privaten Kontakten.*



**Frage:**


**Was hat bislang Ihr Interesse an Bio-Produkten geweckt bzw. bestärkt?**

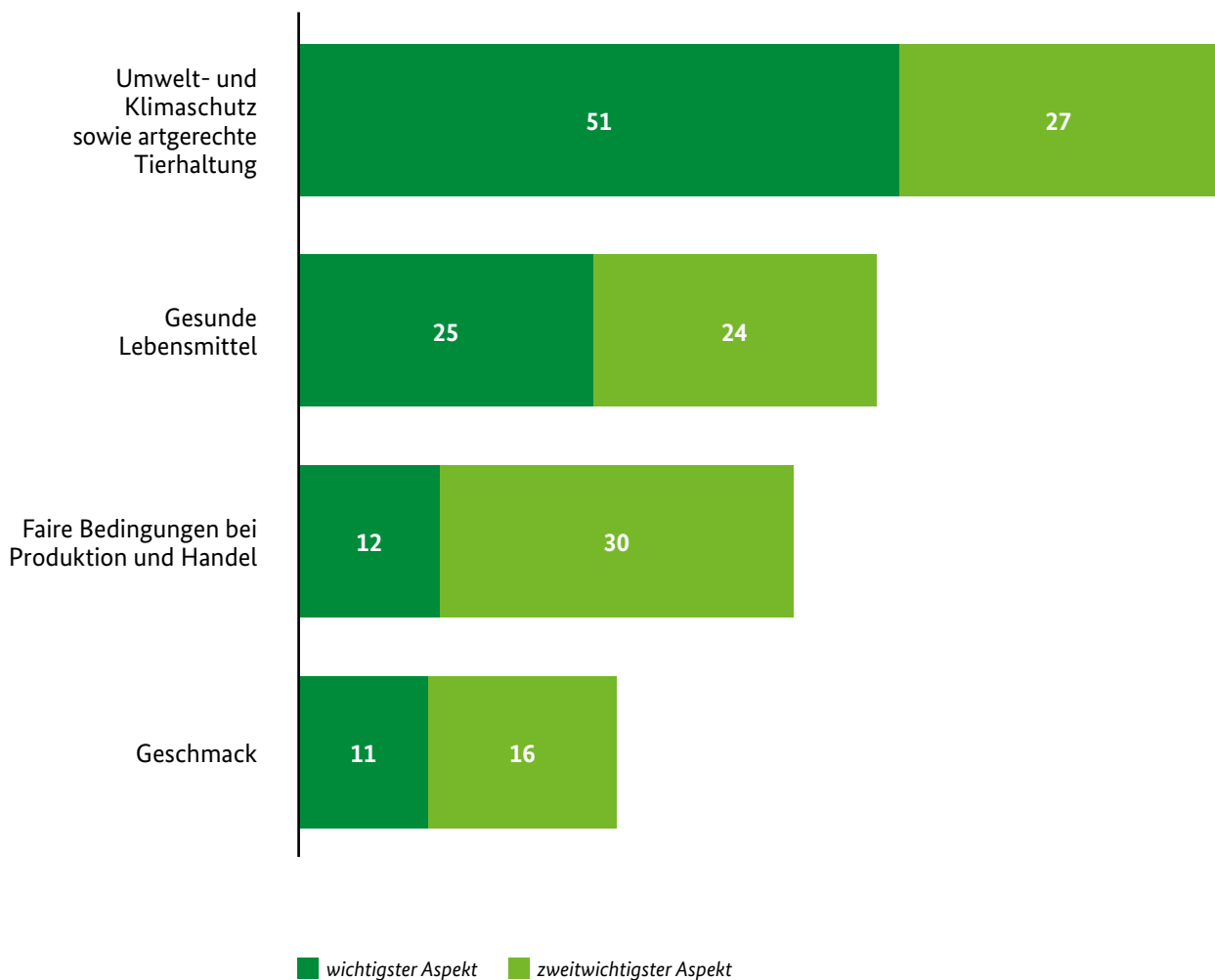


Angaben in Prozent; n = 824; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; nur Ja-Anteil dargestellt; Mehrfachnennungen möglich.



*Umwelt-, Klimaschutz und Tierwohl sind das wichtigste Motivbündel. Faire Bedingungen bei Produktion und Handel werden am häufigsten an zweiter Stelle genannt.*

Frage:   
**Welcher der folgenden Aspekte ist für Sie beim Einkauf von Bio-Lebensmitteln am wichtigsten oder am zweitwichtigsten?**

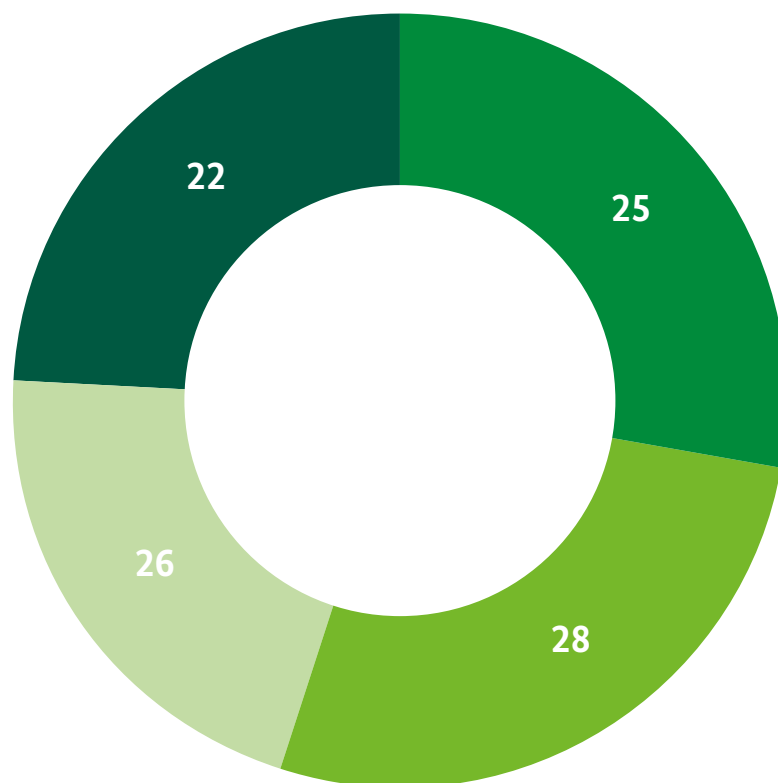


Angaben in Prozent; n = 824; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; an 100 Prozent fehlende Angaben: „weiß nicht“/„trifft nicht zu, ich habe keinen zweiten Grund“.

## Konsumententypologie nach Kaufhäufigkeit und präferierten Einkaufsstätten

**Nicht-Konsument/in:**  
Kein Bio-Konsum oder gar keine Einkaufsstätten besucht

**Intensivkonsument/in:**  
Häufiger bis ausschließlicher Bio-Konsum und spezielle „Bio“-Einkaufsstättenpräferenz (Bio-Laden, Bio-Supermarkt, Reformhaus, Abokiste, Erzeugerbetriebe, Wochenmarkt)



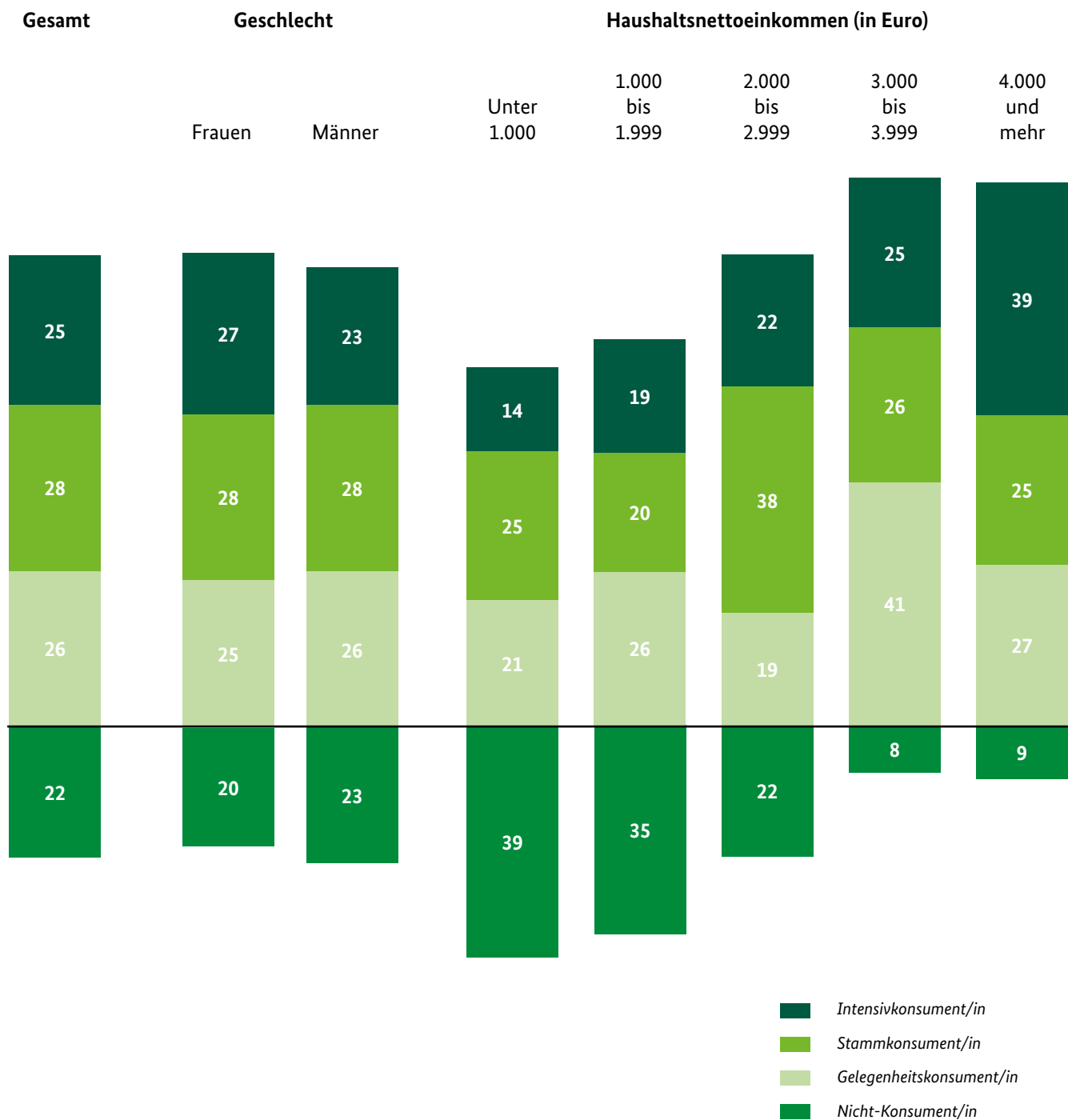
**Gelegenheitskonsument/in:**  
Gelegentlicher Bio-Konsum und Präferenz von konventionellen Einkaufsstätten (Supermarkt, Discounter, Bäckerei, Metzgerei, Drogerie, Kiosk, Internet)

**Stammkonsument/in:**  
Häufiger bis ausschließlicher Bio-Konsum in konventionellen Einkaufsstätten oder gelegentlicher Bio-Konsum bei speziellen Bio-Einkaufsstätten

Angaben in Prozent; n = 1.022.

Bei der Konsumententypologie wird zwischen vier Nutzertypen unterschieden. Dabei fließen die Variablen „Häufigkeit des Bio-Lebensmittelkonsums“ (Seite 10) und die „Kaufortpräferenz“ (Seite 13) ein. Der Gesamtwert von 101 % ergibt sich aus Rundungen der einzelnen Beträge.

## Frauen und Besserverdienende konsumieren tendenziell mehr Bio-Lebensmittel.



Angaben in Prozent; n = 1.022; Gesamtwerte von über oder unter 100 % ergeben sich durch Rundungen der einzelnen Beträge.







# 3

---

## **Schwerpunktthema 2021**

*Das deutsche Bio-Siegel*




## Das deutsche Bio-Siegel hat einen hohen Bekanntheitsgrad in der Bevölkerung.

- **82 Prozent der Befragten ist das deutsche Bio-Siegel vom Aussehen her bekannt.** 18 Prozent kennen es nach eigenem Bekunden nicht, und unter ein Prozent wussten nicht, ob sie dieses kennen. Damit kommt dem Deutschen Bio-Siegel ein **hoher Bekanntheitsgrad** in der Bevölkerung bei.
- Männern ist es mit 86 Prozent bekannter als Frauen mit 78 Prozent.
- **Besonders bekannt ist es darüber hinaus auch den jungen Menschen bis 29 Jahren (93 Prozent)** und innerhalb der Altersgruppe zwischen 60 und 69 Jahren (91 Prozent). Am wenigsten kennen es im Altersvergleich die Älteren ab 70 Jahren und aufwärts (67 Prozent).
- Mit höherem Bildungsabschluss steigt die Bekanntheit von 77 auf 88 Prozent.
- Zudem ist es auch im ländlichen Raum um knapp 10 Prozentpunkte bekannter als in den städtischen und großstädtischen Gebieten.
- Entsprechend der praktizierten Ernährungsform ist das staatliche Siegel vor allem Personen geläufig, die sich vegan ernähren (88 Prozent) oder mit Fleisch und viel Obst und Gemüse (85 Prozent). Menschen, die sich vegetarisch ernähren, kennen es indes etwas seltener (76 Prozent).
- Erwartungsgemäß spielt auch die Einkaufshäufigkeit von Bio-Lebensmitteln eine Rolle. Menschen, die nie Bio-Lebensmittel erwerben, kennen das Siegel auch nur zu einem Anteil von 70 Prozent. Am stärksten bekannt ist es wiederum nicht in der Gruppe mit ausschließlicher Bio-Versorgung, sondern in der Gruppe mit häufigen Bio-Einkäufen (92 Prozent).
- Unter denjenigen, die das deutsche Bio-Siegel kennen, wird dies von **14 Prozent als sehr vertrauenswürdig** erachtet und **von weiteren 31 Prozent als eher vertrauenswürdig**. In der Summe sprechen dem Siegel somit **fast die Hälfte der Befragten** ihr Vertrauen aus. Fast genauso groß ist mit 44 Prozent der Anteil derer, die dem Bio-Siegel sowohl trauen, als auch misstrauen, und sich in der Kategorie „teils/teils“ einordnen. Gegenüber diesen beiden großen Meinungsgruppen halten **nur jeweils 5 Prozent das Siegel für eher oder gar nicht vertrauenswürdig**.
- In den offenen Erläuterungen zur Vertrauenswürdigkeit des Bio-Siegels wird von den Befragten eine **große thematische Bandbreite** angesprochen. Sie drücken einerseits Aspekte von Vertrauen in die Qualität der durch das Bio-Siegel gekennzeichneten Produkte aus und die **Erwartung von konsequenten Kontrollen auf der Basis hoher Standards**, andererseits auch den Zweifel an diesen Aspekten. Trotz generellen Vertrauens herrscht vielfach Unsicherheit darüber, wie das Bio-Siegel zu beurteilen ist. Teilweise wird befürchtet, dass es missbräuchlich genutzt wird.
- Beim Lebensmitteleinkauf wird das deutsche Bio-Siegel von **14 Prozent der Befragten „ausschließlich“** beachtet sowie von weiteren **34 Prozent „häufig“**. Gelegentliche Beachtung findet es bei einem weiteren guten Drittel, während 18 Prozent angeben, sich bei ihren Einkäufen nie von diesem Siegel leiten zu lassen. Gefragt wurden all jene, die mindestens gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen und denen das deutsche Bio-Siegel bekannt ist. Besonders stark ist die handlungsleitende Wirkung des Siegels bei häufigerem Bio-Einkauf und wenn ihm eine hohe Vertrauenswürdigkeit attestiert wird. **Aber auch Personen, die nur gelegentlich Bio einkaufen oder dem Siegel nur teilweise oder gar nicht vertrauen, lassen sich im Einkauf noch von diesem leiten**, wenn auch seltener.



*Männer geben etwas häufiger als Frauen an, das Bio-Siegel zu kennen.*

Frage:   
Ist Ihnen das deutsche Bio-Siegel vom Aussehen her bekannt?



*Besonders die junge Generation und die 60- bis 69-Jährigen kennen das deutsche Bio-Siegel.*

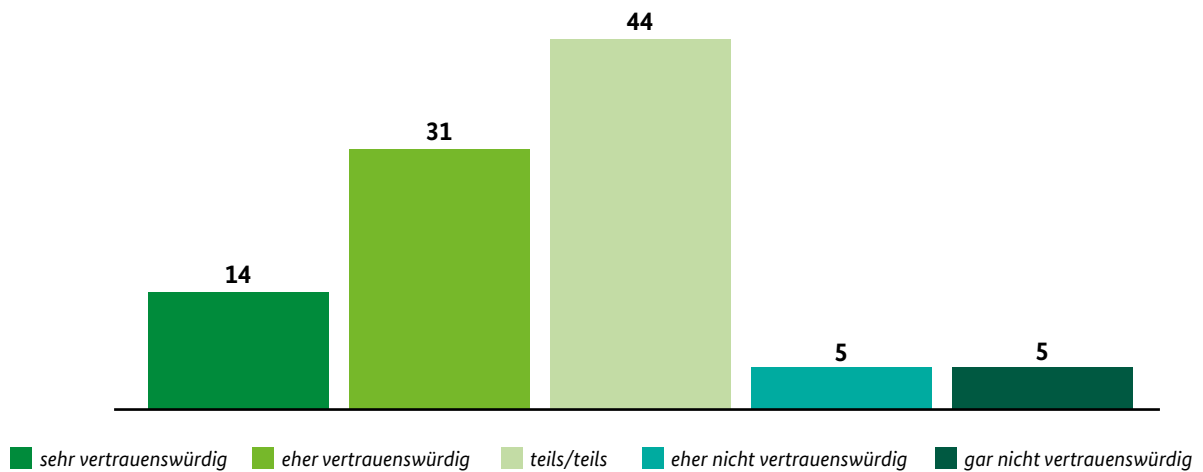


Angaben in Prozent; n = 1.022; nur Ja-Anteil dargestellt.

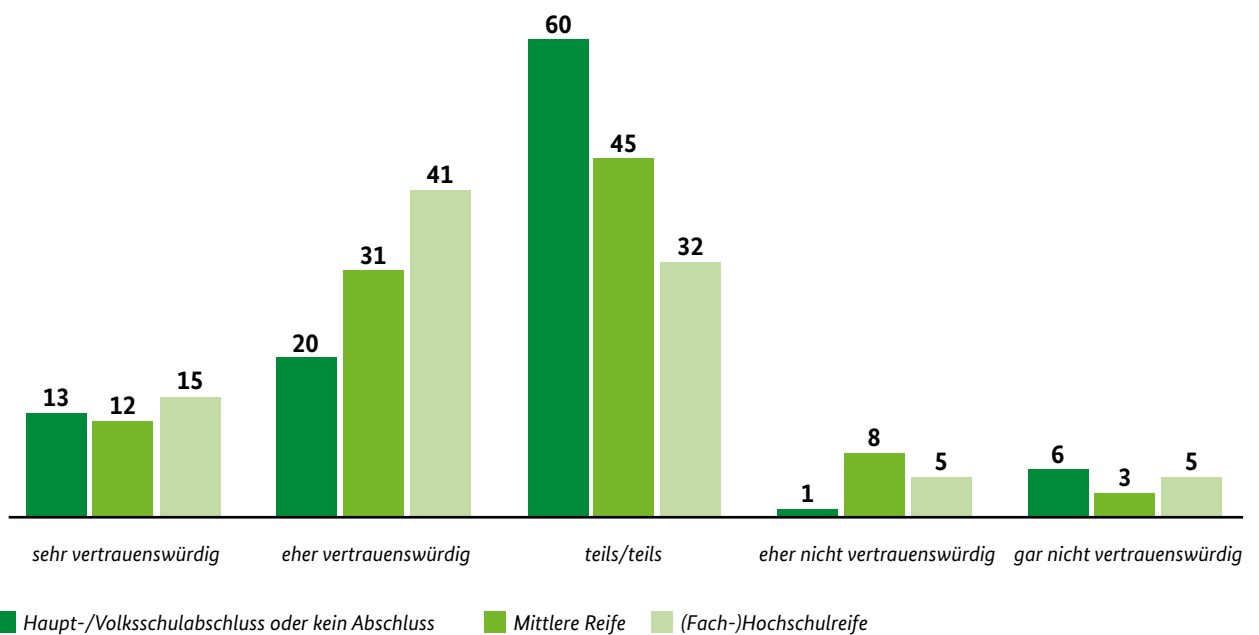
*Fast 90 Prozent der Befragten vertrauen dem deutschen Bio-Siegel zumindest teilweise.*



Frage:  
Wie vertrauenswürdig ist das deutsche Bio-Siegel Ihrer Einschätzung nach?




*Menschen mit höherem Bildungsabschluss vertrauen dem Siegel mehr.*



Angaben in Prozent; n = 839; Befragte, denen das deutsche Bio-Siegel bekannt ist; an 100 Prozent fehlende Angaben: „weiß nicht“.

## Offene Nachfrage zur Vertrauenswürdigkeit

Frage:   
Was sind die Gründe  
für Ihre Einschätzung?

Wir essen immer häufiger Bio-Lebensmittel, auch wenn es teurer ist, um gesündere und frischere Lebensmittel zu haben und die Produzenten zu unterstützen.

Ich vertraue dem Siegel, weil die Standards gesetzlich geregelt sind und ständig kontrolliert werden.

Die Bio-Standards bleiben hinter dem zurück, was ich mir unter gesund, ökologisch, fair und naturnah vorstelle.

Wonach soll man sich sonst richten? Entweder glaubt man daran oder nicht. Ich vertraue dem Siegel.

Weil in Tests der Stiftung Warentest oftmals gerade Bio-Artikel besonders schlecht abschneiden.

Ich traue Siegeln im Allgemeinen nicht so recht.

Es gibt eine ganze Menge dieser Siegel und über die Vertrauenswürdigkeit der einzelnen Siegel bin ich mir ziemlich unsicher, aber es ist ein Anhaltspunkt.

Ich hoffe auf die deutsche Gründlichkeit und Bürokratie.

Es gibt zu viele Bio-Produkte, die in Plastik eingewickelt sind.

Ich vertraue dem Siegel. Wo Bio drauf steht, ist auch Bio drin.

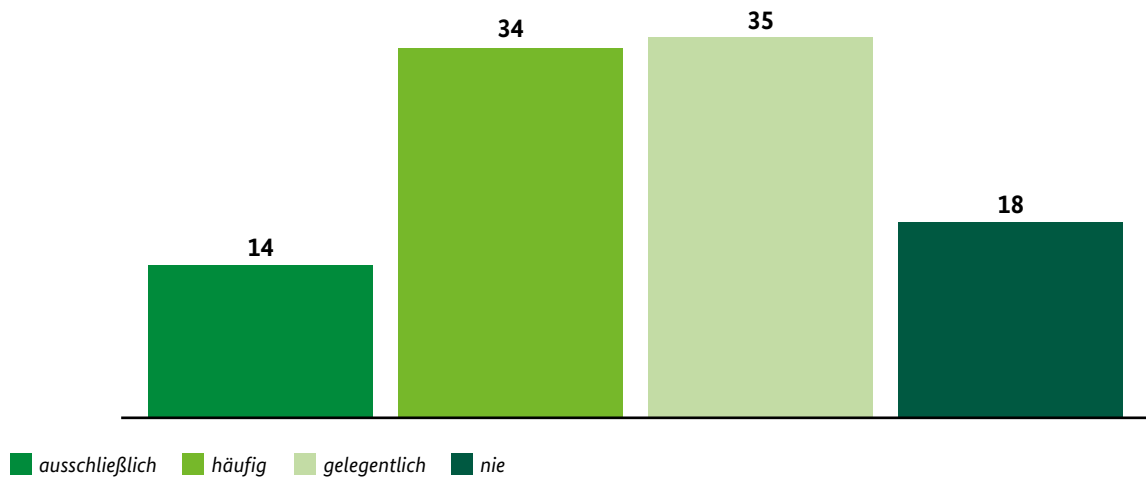
Es hat einen Wiedererkennungswert. Das fällt aber nur auf, wenn man darauf achtet.

## Über 80 Prozent achten beim Einkauf mindestens gelegentlich auf das Bio-Siegel.

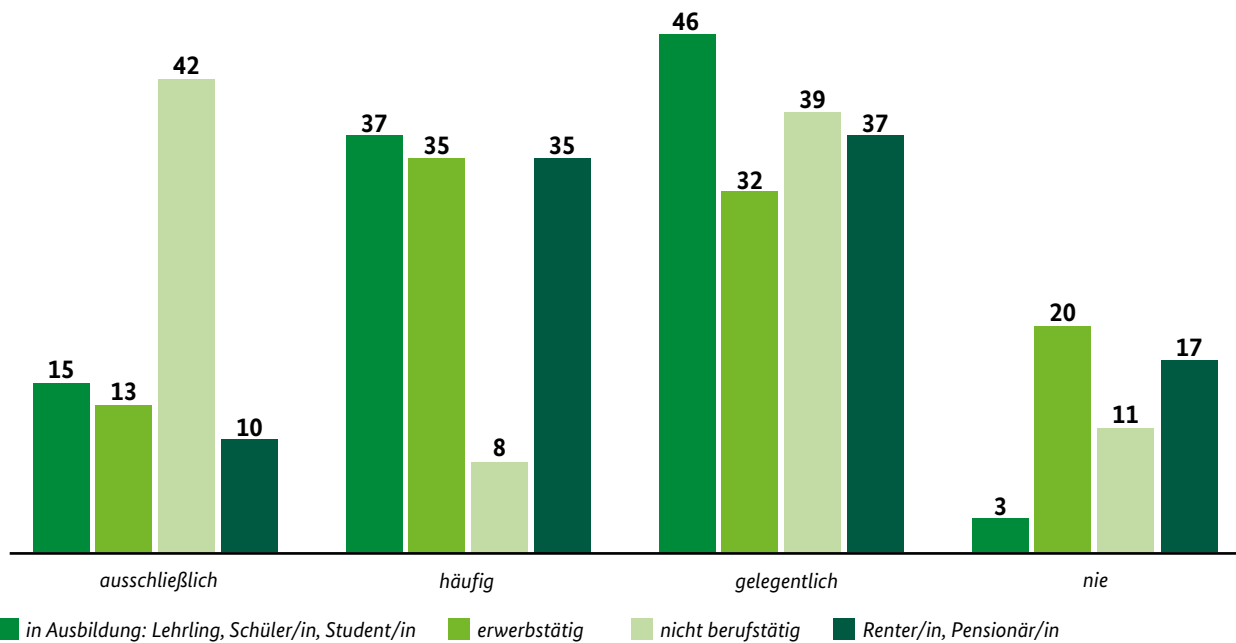


Frage:

Achten Sie beim Einkauf von Bio-Produkten bewusst darauf, dass die Produkte dieses Bio-Siegel tragen?



## Besonders derzeitig Nichtberufstätige achten beim Einkauf ausschließlich auf das deutsche Bio-Siegel.



Angaben in Prozent; n = 699; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen und denen das deutsche Bio-Siegel bekannt ist; Gesamtwerte von 101 % ergeben sich aus Rundungen der einzelnen Beträge.



## Studienhintergrund: *Repräsentative Telefonbefragung seit 2002*

- Das Öko-Barometer ist eine in regelmäßigen Abständen vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) in Auftrag gegebene repräsentative telefonische Umfrage. Die Befragung beschäftigt sich mit dem Konsum von Bio-Lebensmitteln unter Verbraucherinnen und Verbrauchern.
- Für das „Öko-Barometer 2021“ wurde das infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft mit der Durchführung beauftragt. Die Erhebung fand von September bis Mitte Oktober 2021 statt. Insgesamt wurden 1.022 Interviews geführt.
- Um den Bio-Lebensmittelkonsum der deutschen Bevölkerung zu untersuchen, werden bei jedem Öko-Barometer feste Kernfragen gestellt. Hinzu kommt bei jeder Erhebungswelle ein aktuelles Schwerpunktthema.
- Zum festen Bestandteil jedes Öko-Barometers gehören Fragen zur Häufigkeit des Bio-Lebensmittelkonsums sowie zu den präferierten Kauforten und der Produktauswahl. Außerdem werden die Gründe für den Konsum sowie die für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtigen Kaufaspekte beleuchtet.
- Schwerpunktthema der diesjährigen Befragung war das deutsche Bio-Siegel. Wichtig war hier vor allem, ob die Verbraucherinnen und Verbraucher dieses kennen, ihm und seinen Standards vertrauen und es bei ihrem täglichen Einkauf von Bio-Lebensmitteln beachten.
- 2021 nahm eine Person mit der Geschlechtsangabe „divers“ teil. Aufgrund der geringen Fallzahl konnte dies in der Broschüre nicht statistisch dargestellt werden.

## Studiensteckbrief: *Quantitatives Studiendesign*

### **Methode:**

Quantitatives Studiendesign

### **Befragungsmethode:**

Telefonische Interviews  
(CATI: Computer Assisted Telephone Interviews)

### **Feldzeit:**

September bis Mitte Oktober 2021

### **Zielgruppe:**

Personen ab 14 Jahren

### **Fallzahl:**

n = 1.022 Interviews

### **Stichprobe:**

Dual-Frame-Stichprobe: Integration von Festnetz- und Mobilfunknummern (Verhältnis 60 : 40). Die Stichprobe ist repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren.

### **Hinweis:**

Die quantitativen Ergebnisse werden gewichtet ausgewiesen.

### **Gewichtung:**

- Alter
- Geschlecht
- Bildung
- Erwerbsstatus
- Haushaltsgröße
- Nielseengebiete

(entsprechend der bekannten Verteilungen in Deutschland)

**HERAUSGEBER**

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)  
Referat 712  
Wilhelmstraße 54  
10117 Berlin

**STAND**

Februar 2022

**GESTALTUNG**

tippingpoints GmbH  
Mozartstraße 4-10  
53115 Bonn  
0228-763-840-0  
mail@tippingpoints.de

**TEXT, STUDIENDESIGN UND -DURCHFÜHRUNG**

infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH  
Friedrich-Wilhelm-Straße 18  
53113 Bonn  
[www.infas.de](http://www.infas.de)

**DRUCK**

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), Bonn

**BILDNACHWEISE**

Titel und Rückseite: iStock - Ulada  
Seite 3: Bundesregierung/Steffen Kugler  
Seite 4 und 5: iStock Sonja - Filitz  
Seite 8 und 9: iStock - SbytovaMN  
Seite 20 und 21: iStock - petekarici

**BESTELLHINWEIS**

Die Broschüre können Sie herunterladen unter:  
[www.bmel.de/Oeko-Barometer-2021](http://www.bmel.de/Oeko-Barometer-2021)  
Die Broschüre kann bestellt werden unter:  
<https://www.ble-medien-service.de/>



**Das Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft – initiiert und finanziert durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.**

**Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.**

Weitere Informationen unter  
[www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de)  
[www.bundesprogramm.de](http://www.bundesprogramm.de)

