

# Ökobarometer 2017

April 2017



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft

BÖLN

Bundesprogramm Ökologischer Landbau  
und andere Formen nachhaltiger  
Landwirtschaft



infas

- Studienhintergrund
- Biolebensmittelkonsum – Produkte und Einkaufsstätten
- Gründe und wichtige Aspekte beim Biolebensmittelkauf
- Schwerpunktthema 2017: Essen außer Haus – Bio in Kantinen und Mensas
- Konsumententypologie Biolebensmittel
- Ergebnistelegamm

## Studienhintergrund:

### repräsentative Telefonbefragung seit 2002

- Das Ökobarometer 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 Biolebensmitteln unter Verbrauchern.
- Für das „Ökobarometer 2017“ wurde infas mit der Durchführung beauftragt. Die Erhebung fand im Dezember 2016/Januar 2017 statt. Insgesamt wurden 1.004 Interviews abgeschlossen.
- Um den Biolebensmittelkonsum der deutschen Bevölkerung zu untersuchen, werden bei jedem Ökobarometer feste Kernfragen gestellt. Hinzu kommt bei jeder Erhebungswelle ein aktuelles Schwerpunktthema.
- Zum festen Bestandteil jedes Ökobarometers gehören Fragen zur Häufigkeit des Biolebensmittelkonsums sowie die präferierten Kauforte und die Produktwahl. Außerdem werden die Gründe für den Konsum, sowie für den Verbraucher wichtige Kaufaspekte beleuchtet.
- Schwerpunktthema der diesjährigen Befragung ist der Biolebensmittelkonsum in der Gemeinschaftsverpflegung – also in Kantinen oder Mensas. Dabei geht es darum, ob Gerichte aus Biolebensmitteln grundsätzlich oder unter bestimmten Bedingungen bevorzugt werden und welcher Aufpreis in diesem Fall akzeptabel ist.

# Studiensteckbrief: quantitatives Studiendesign

Methode: **Quantitativ**

## Befragungsmethode:

telefonische Interviews  
(CATI=Computer Assisted Telephone Interviews)

## Feldzeit:

Dezember 2016/Januar 2017

## Zielgruppe:

Personen ab 14 Jahren

## Fallzahl:

n=1.004 Interviews

## Stichprobe:

Dual-Frame-Stichprobe: Integration von  
Festnetz- und Mobilfunknummern  
(Verhältnis 70:30)

Die Stichprobe ist repräsentativ für die  
Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren.

## Hinweis:

Die quantitativen Ergebnisse werden  
gewichtet ausgewiesen.

Die **Gewichtung** erfolgte in Bezug auf

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

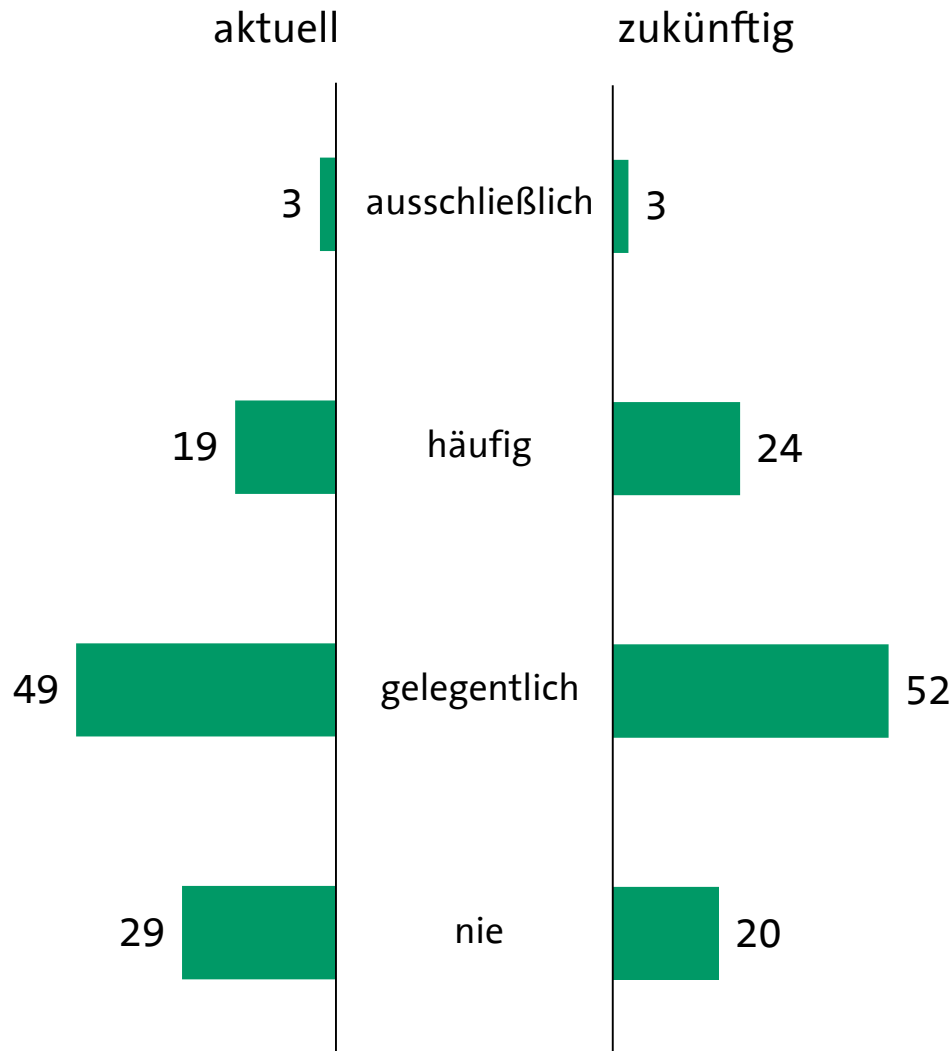
an die bekannten Verteilungen in  
Deutschland.







# Einkaufshäufigkeit von Biolebensmitteln – aktuell und zukünftig: mehr als zwei Drittel der Befragten geben an, Bioprodukte zu kaufen



## Gesamt

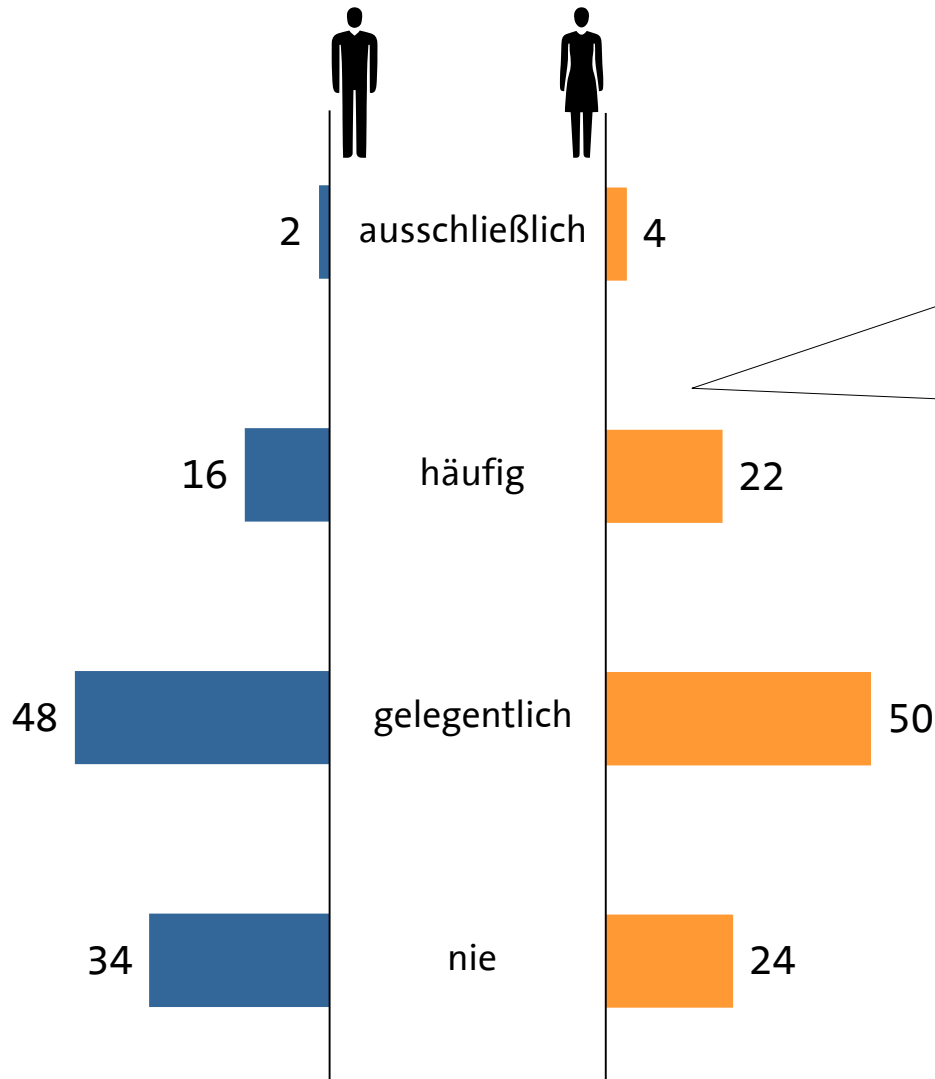
Angaben in Prozent; n=1.004;  
an 100% Fehlende: „weiß nicht“

### Fragen:

Was schätzen Sie, wie häufig kaufen Sie derzeit Biolebensmittel ein?

Was schätzen Sie, wie häufig werden Sie in Zukunft Biolebensmittel einkaufen?

# Einkaufshäufigkeit von Biolebensmitteln nach Geschlecht: mehr Frauen als Männer kaufen regelmäßig Biolebensmittel ein



## Gesamt

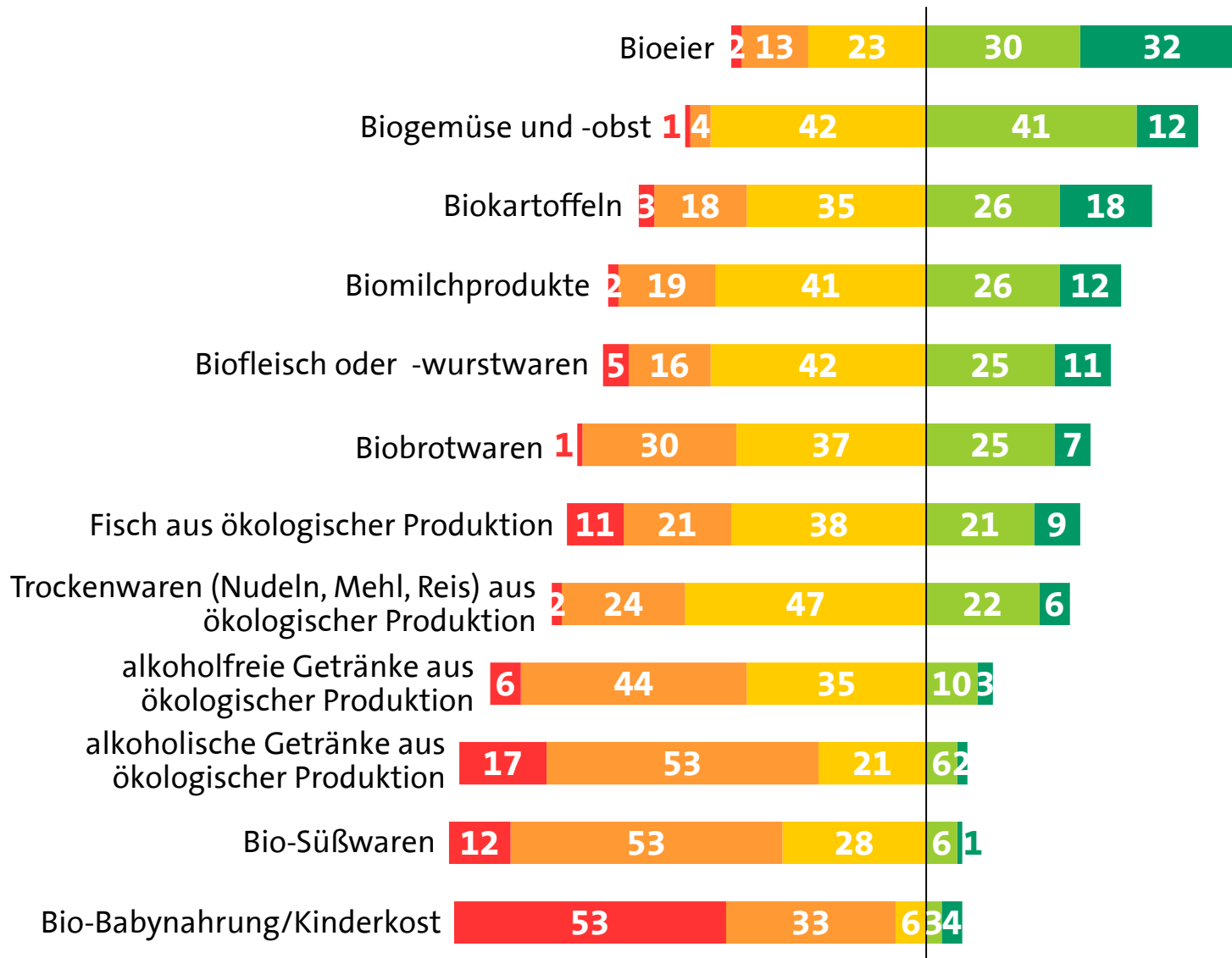
Angaben in Prozent; n=1.004;  
an 100% Fehlende: „weiß nicht“

Bis zum Alter von 70 Jahren steigt die Einkaufshäufigkeit leicht an. Der regelmäßige Konsum von Biolebensmitteln ist auch bildungsabhängig. 35 Prozent aller Personen mit (Fach-)Hochschulreife kaufen ausschließlich oder häufig Biolebensmittel, während es bei Personen mit Hauptschulabschluss nur 13 Prozent sind. In ländlichen Gebieten werden insgesamt weniger Biolebensmittel eingekauft.

## Fragen:

Was schätzen Sie, wie häufig kaufen Sie derzeit Biolebensmittel ein?

# Häufigkeit des Erwerbs einzelner Biolebensmittel: bei Eiern sowie Gemüse und Obst wird am meisten Bio gekauft



**Bio**

Angaben in Prozent

n=713; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen

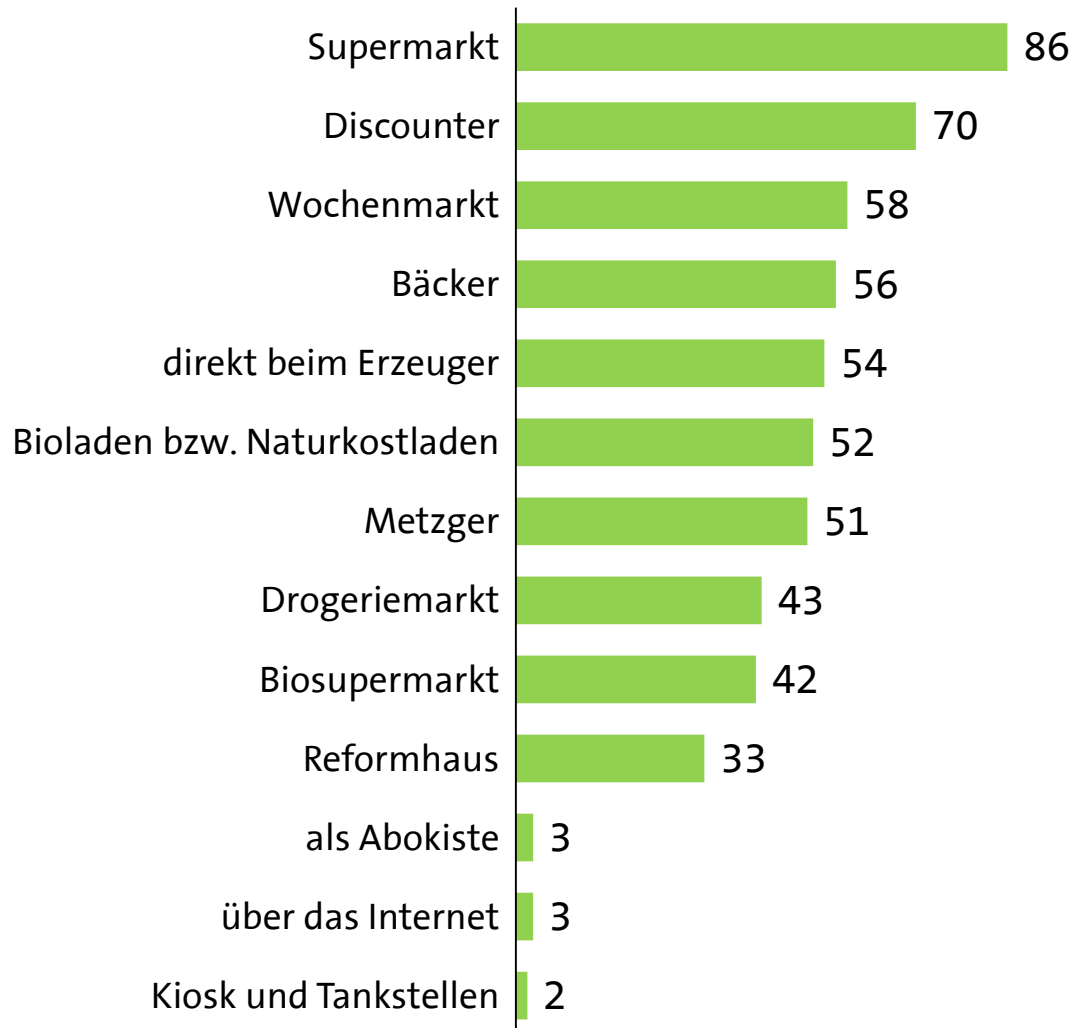
an 100% Fehlende: „weiß nicht“

- ausschließlich
- häufig
- gelegentlich
- nie
- kaufe ich generell nicht

**Frage:**  
Wie häufig erwerben Sie die folgenden Bio-Produkte?



# Genutzte Orte zum Kauf von Biolebensmitteln: der Supermarkt wird als häufigster Kaufort angegeben



**Bio**

Angaben in Prozent

n=713; Befragte, die zumindest  
gelegentlich Biolebensmittel  
kaufen

nur Ja-Anteil dargestellt

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

# Gründe und wichtige Aspekte beim Biolebensmittelkauf



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft

BÖLN

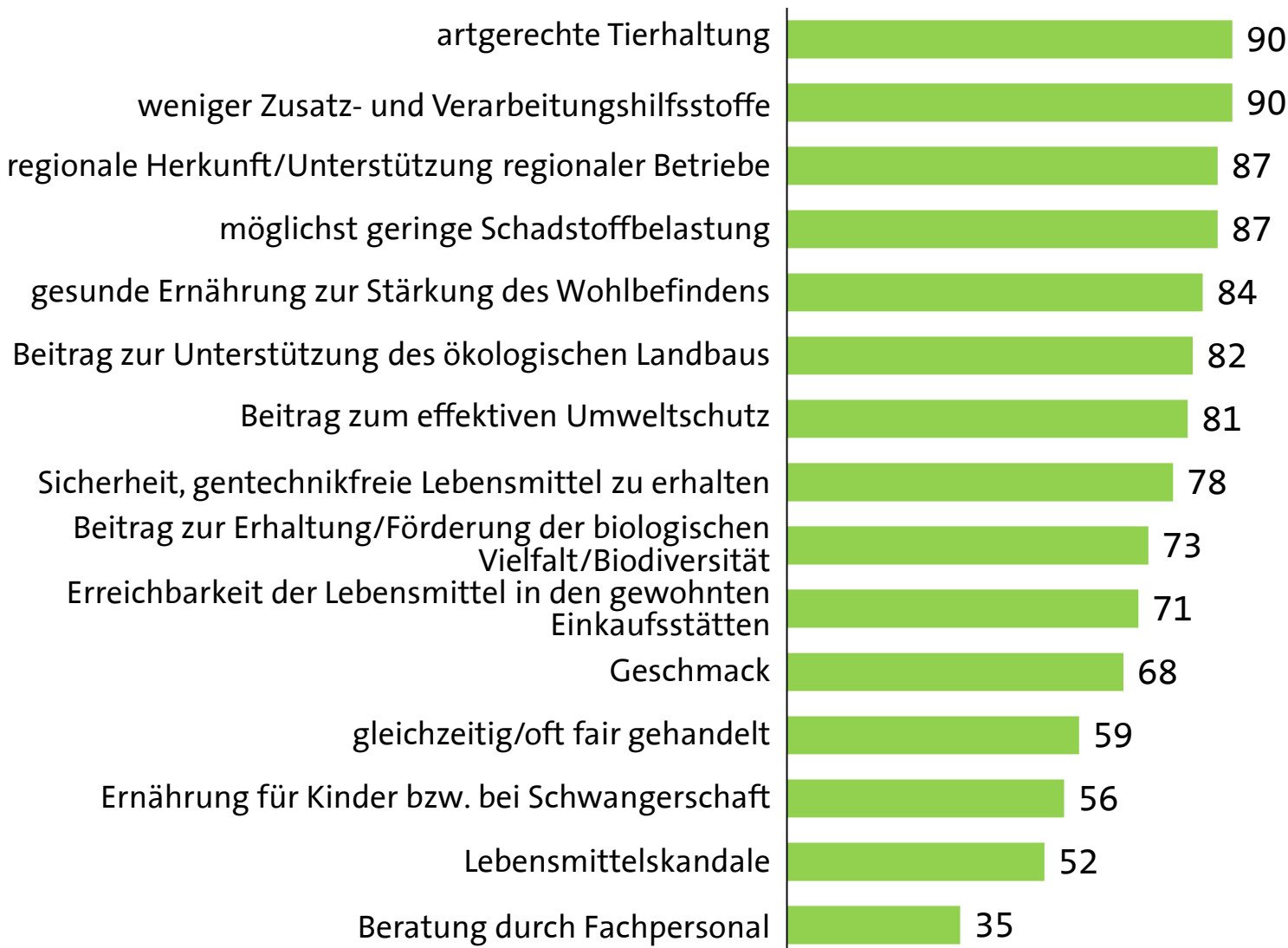
Bundesprogramm Ökologischer Landbau  
und andere Formen nachhaltiger  
Landwirtschaft



infas

# Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln:

## artgerechte Tierhaltung und Inhaltsstoffe wichtig, Beratung weniger



**Bio**

Angaben in Prozent

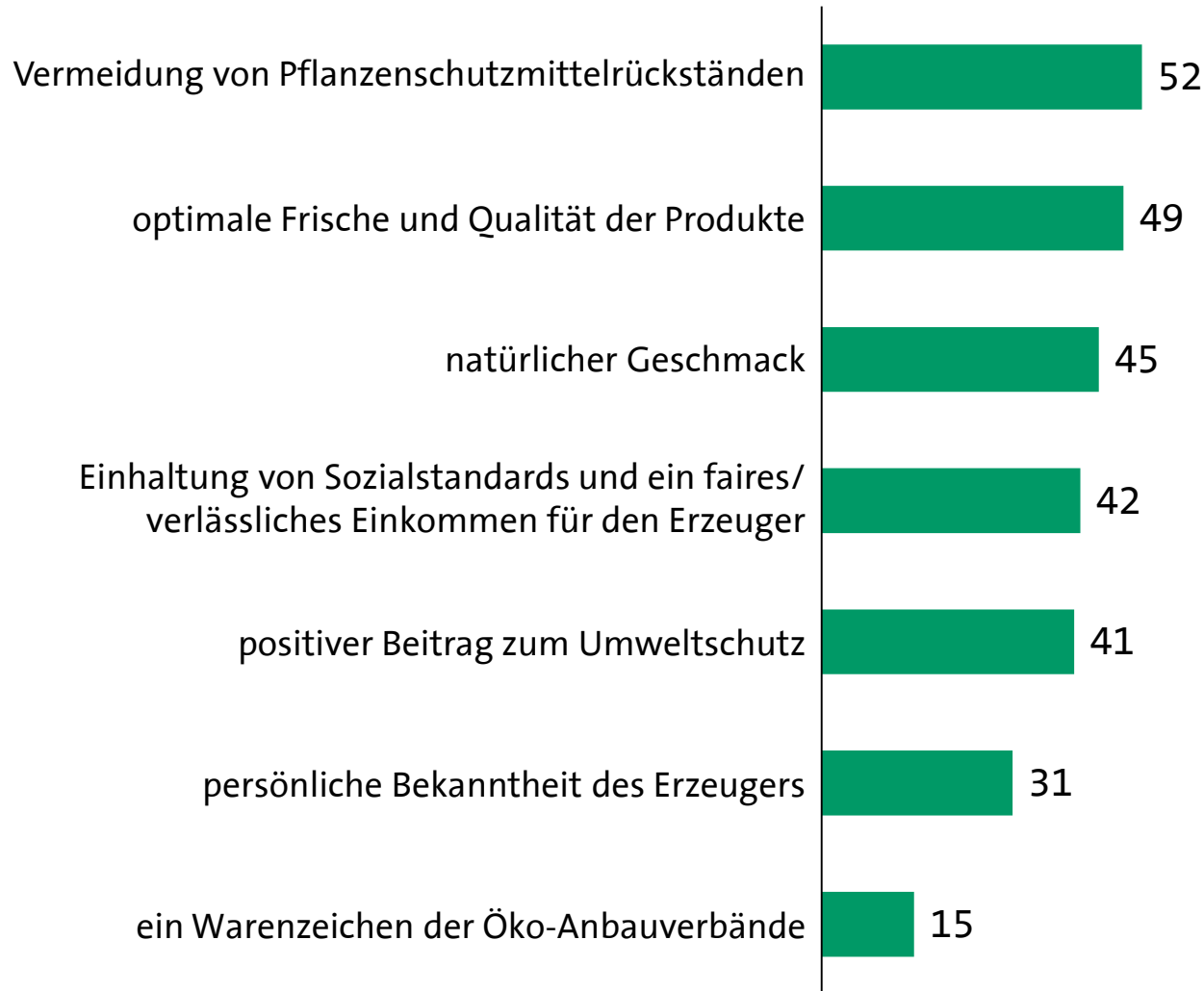
n=713; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen

nur Ja-Anteil dargestellt

**Frage:**

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

# Wichtige Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln: Vermeidung von Pflanzenschutzmittelrückständen im Fokus



**Bio**

Angaben in Prozent

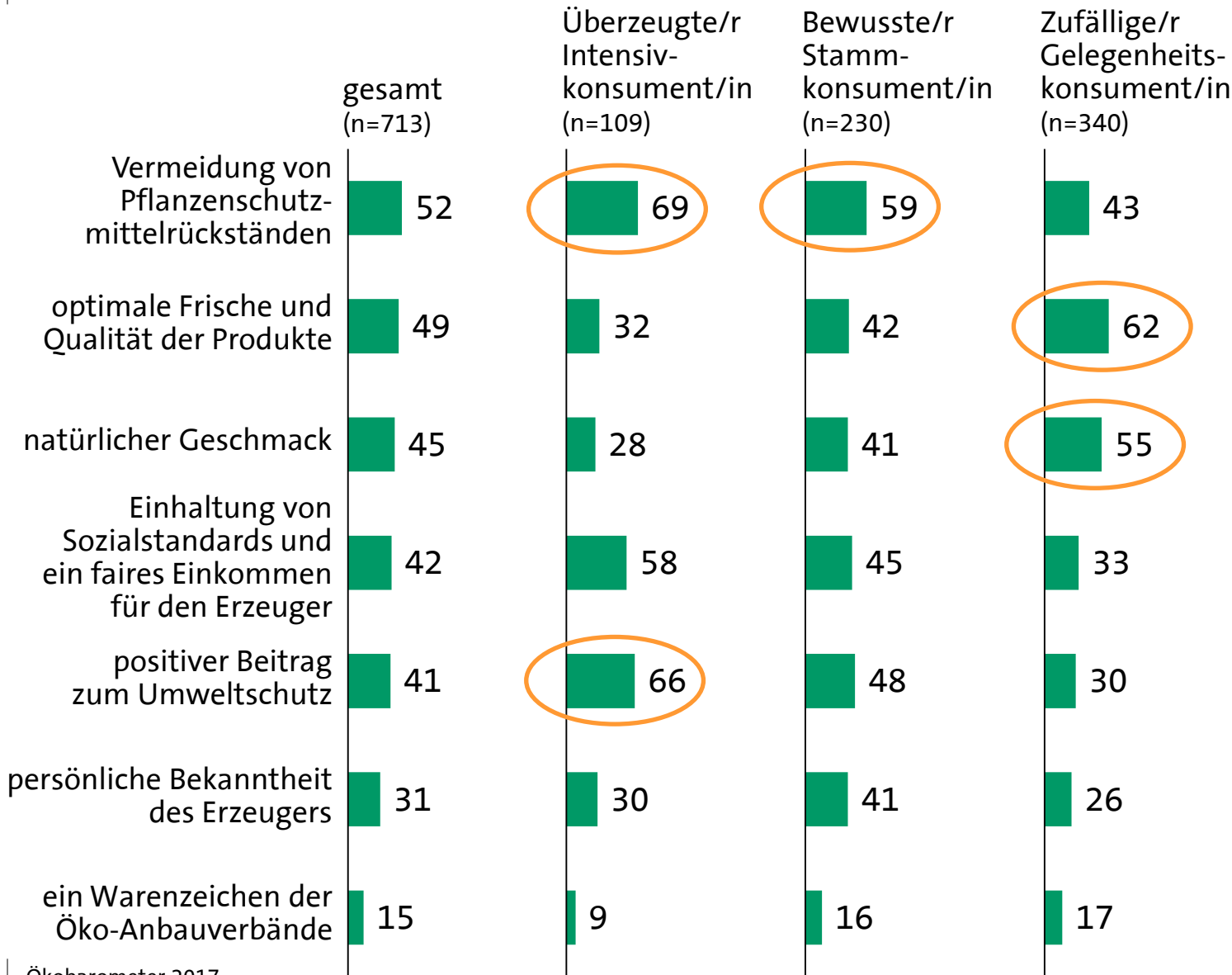
n=713; Befragte, die zumindest  
gelegentlich Biolebensmittel  
kaufen

maximal drei Nennungen möglich

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

# Wichtige Aspekte beim Kauf von Biolebensmitteln:

je nach Konsumententyp unterschiedliche Anreize für Bio-Kauf



**Bio**

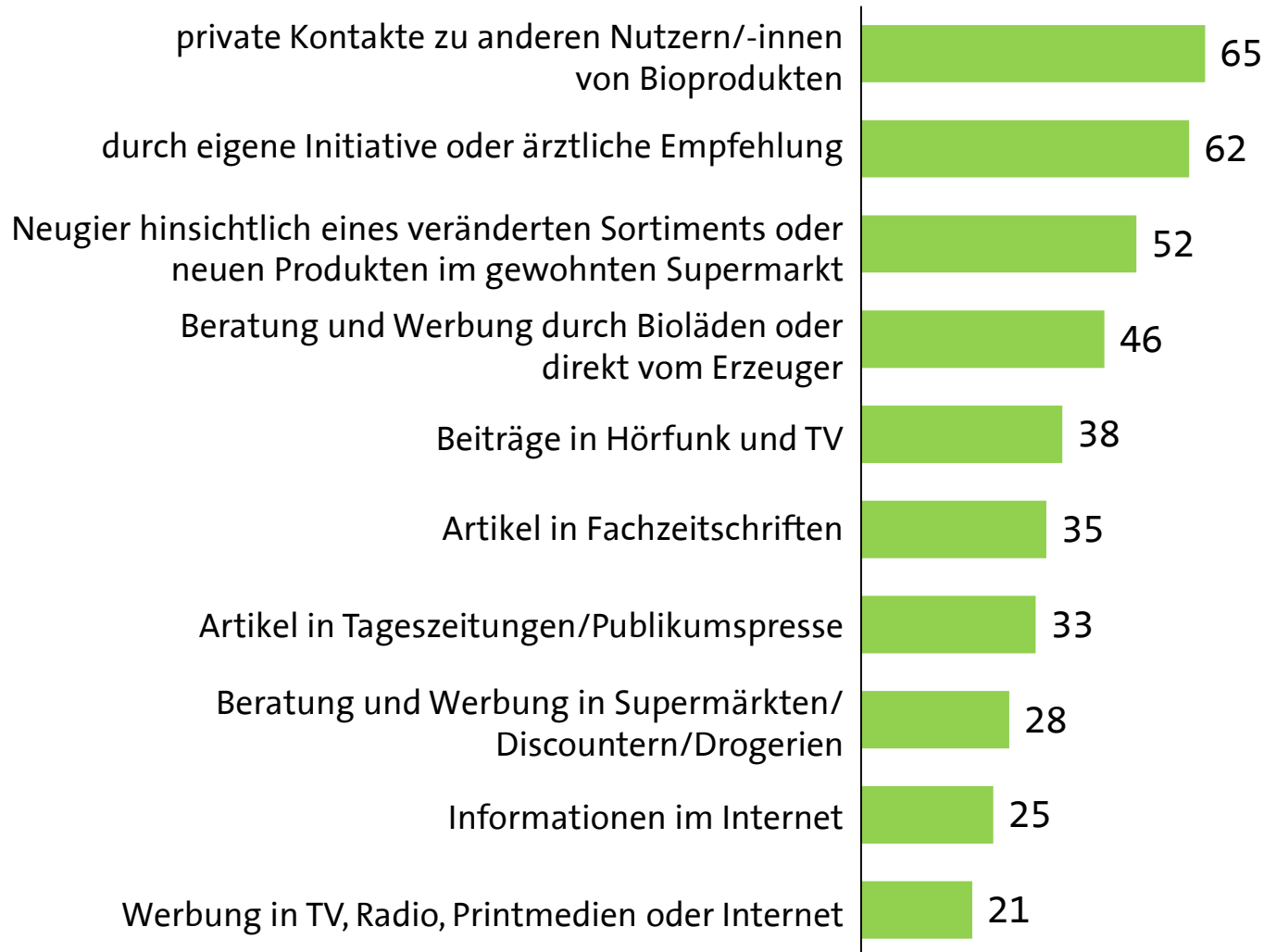
Angaben in Prozent; nicht dargestellt: „Nicht-Konsument“

n=713; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen

maximal drei Nennungen möglich

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

# Ursache für das Interesse an Biolebensmitteln: privates Lebensumfeld führt häufig zu Erstkontakt mit Bioprodukten



**Bio**

Angaben in Prozent

n=713; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen

nur Ja-Anteil dargestellt

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



# Exkurs – Vergleich zum Ökobarometer 2016: gleichbleibender Konsum bei leicht veränderten Gründen

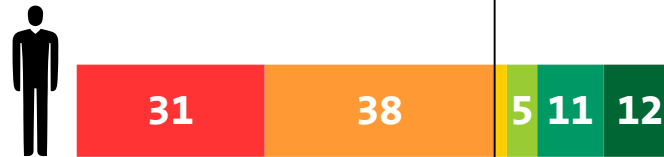
- **Häufigkeit des Biolebensmittelerwerbs insgesamt:**  
In Bezug auf die generelle Häufigkeit des Biolebensmittelkaufs gibt es nur minimale Veränderungen – im Durchschnitt bleibt die Kaufhäufigkeit gleich.
- **Häufigkeit des Erwerbs bestimmter Biolebensmittel:**  
Auch das Einkaufsverhalten hat sich seit 2016 kaum verändert. Die größte Veränderung gibt es bei den Biobrotwaren. Hier steigt der Anteil der Befragten, die „nie“ Biobrotwaren kaufen, um 11 Prozentpunkte.
- **Gründe & Aspekte beim Biolebensmittelkauf:**  
2017 stehen ähnliche Kaufgründe im Fokus wie 2016. Die artgerechte Tierhaltung bleibt auch weiterhin der wichtigste Grund für den Kauf von Biolebensmitteln. Insgesamt stagnieren die Prozentwerte bei allen Gründen. Auch bei den wichtigsten Aspekten in Bezug auf den Kauf von Biolebensmitteln zeigen sich kaum Veränderungen. Geschmack, Qualität und Vermeidung von Pflanzenschutzmittelrückständen rangieren immer noch an erster Stelle für die Verbraucher.
- **Einkaufsortpräferenz:**  
Die Einkaufsorte bezüglich des Biolebensmittelerwerbs haben sich nur leicht verändert. Die größte Veränderung verzeichnet der Metzger, den nur noch 51 Prozent der Befragten als Einkaufsort angeben – 2016 waren es noch 59 Prozent.
- **Gründe für das Interesse an Biolebensmitteln:**  
Auch 2017 sind private Kontakte sowie die eigene Initiative ausschlaggebend für das Interesse an Biolebensmitteln. Sowohl Artikel in Fachzeitschriften als auch die Beratung und Werbung durch Bioläden oder direkt vom Erzeuger spielen eine zunehmend geringere Rolle.

# Schwerpunktthema 2017: Essen außer Haus – Bio in Kantinen und Mensas



# Essen in Kantinen oder Mensas: männliche Gäste in Kantinen oder Mensas überwiegen

## Geschlecht



## alte und neue Bundesländer



### Berufstätige oder in Ausbildung/Studium

Angaben in Prozent;

n=616; Befragte, die erwerbstätig  
sind oder sich in einer Ausbildung  
befinden

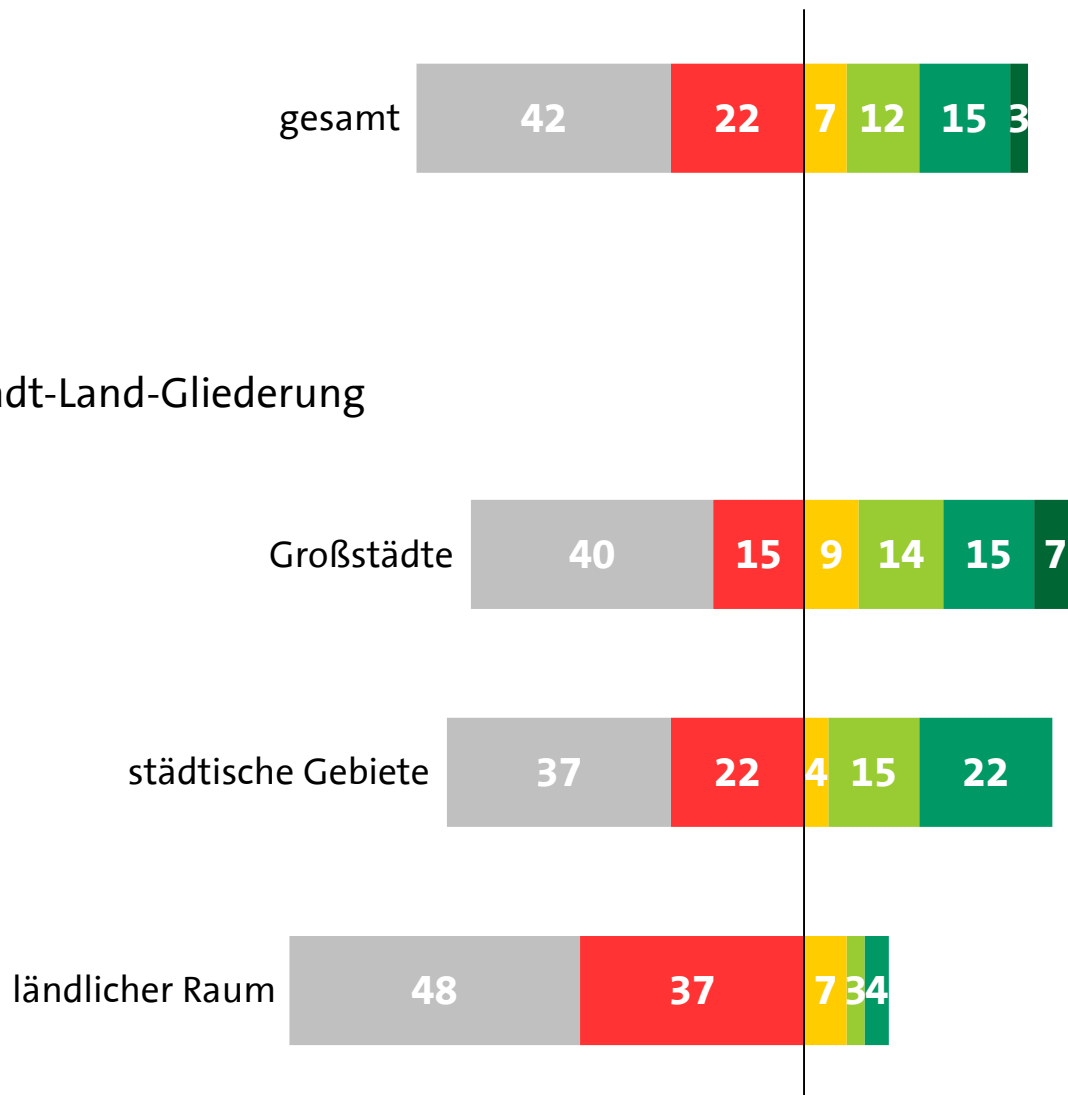
- ja, täglich oder fast täglich
- ja, an 1 bis 3 Tagen in der Woche
- ja, an 1 bis 3 Tagen im Monat
- seltener
- nein, dieses Angebot gibt es nicht
- nein, mache ich aus anderen  
Gründen nicht

### Frage:

Gehen Sie in einer normalen  
Woche mittags in einer Kantine  
oder Mensa essen?

# Angebot an Biolebensmitteln in Kantinen und Mensas: Kantinen in Großstädten verfügen über das beste Bio-Angebot

## Stadt-Land-Gliederung



### Kantinennutzer/innen

Angaben in Prozent; an 100%  
Fehlende: „weiß nicht“

n=161; Befragte, die zumindest  
selten mittags in Kantinen/  
Mensas essen gehen

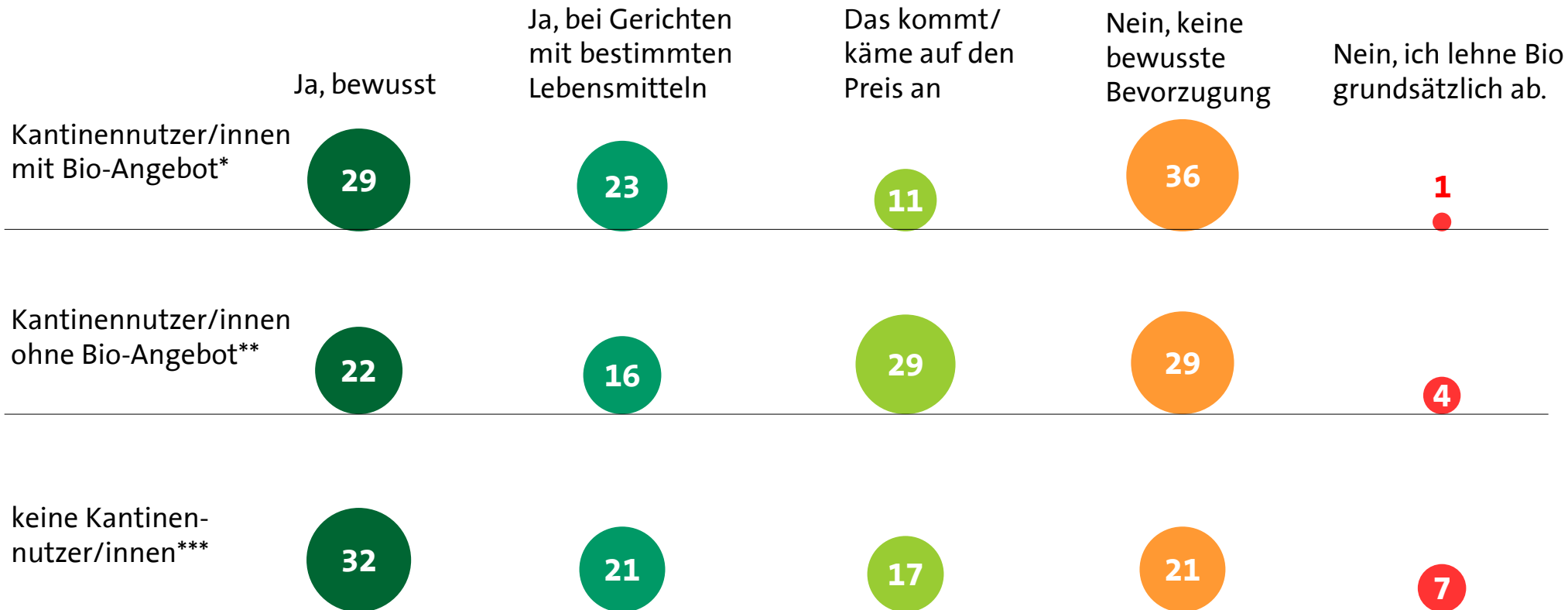
- Ja, ausschließlich Biolebensmittel
- Ja, immer mindestens ein Biogericht
- Ja, ab und zu Biogerichte
- Gerichte mit einzelnen Bio-Lebensmitteln
- Nein, keine Verwendung von Bio-Lebensmitteln
- Ist mir nicht bekannt/ weiß nicht

### Frage:

Werden in der Kantine oder  
Mensa Biolebensmittel  
verwendet?

# Bevorzugung von Bio-Gerichte in Kantinen oder Mensas: ein Großteil ist gegenüber Bio-Gerichten aufgeschlossen

Bevorzugen Sie/bzw. würden Sie in der Kantine oder Mensa die Gerichte bevorzugen, die ganz oder teilweise mit Biolebensmitteln hergestellt werden?



Angaben in Prozent;

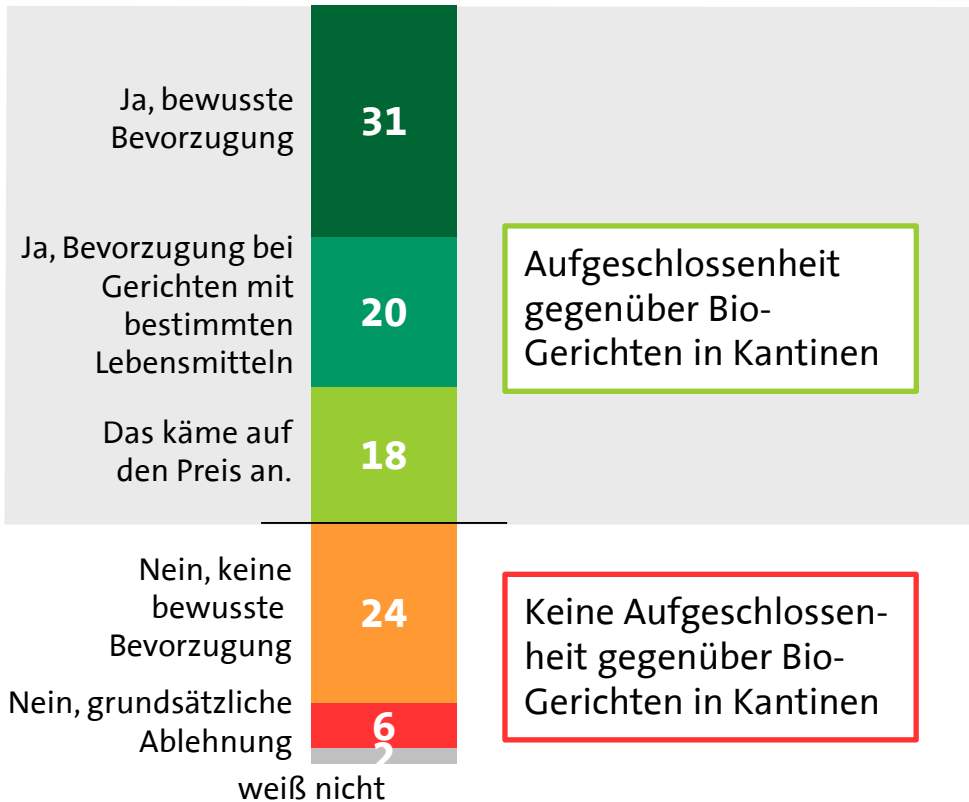
\*Befragte, in deren Kantinen/Mensas Biolebensmittel angeboten werden; Basis: n=59

\*\*Befragte, in deren Kantinen/Mensas Biolebensmittel nicht angeboten werden, Basis: n=100

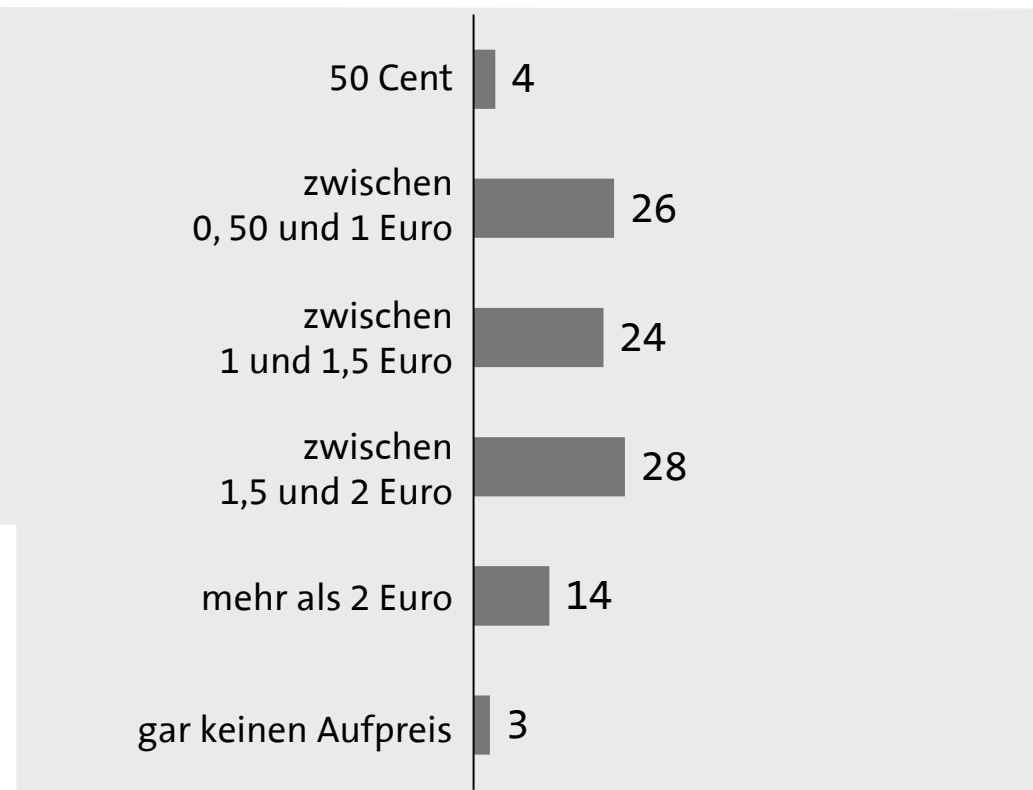
\*\*\*Befragte, die nicht in Kantinen/Mensas essen gehen, Basis: n=457; an 100% Fehlende: „weiß nicht“

# Akzeptabler Aufpreis pro Mittagessen für ein Biogericht I: die meisten würden zwischen 0,50 Euro und 2,00 Euro mehr bezahlen

Würden Sie in der Kantine/Mensa Gerichte bevorzugen, die ganz oder teilweise mit Biolebensmitteln hergestellt werden?\*



Wie viel würden Sie pro Mittagessen für ein Biogericht mehr bezahlen?\*\*\*



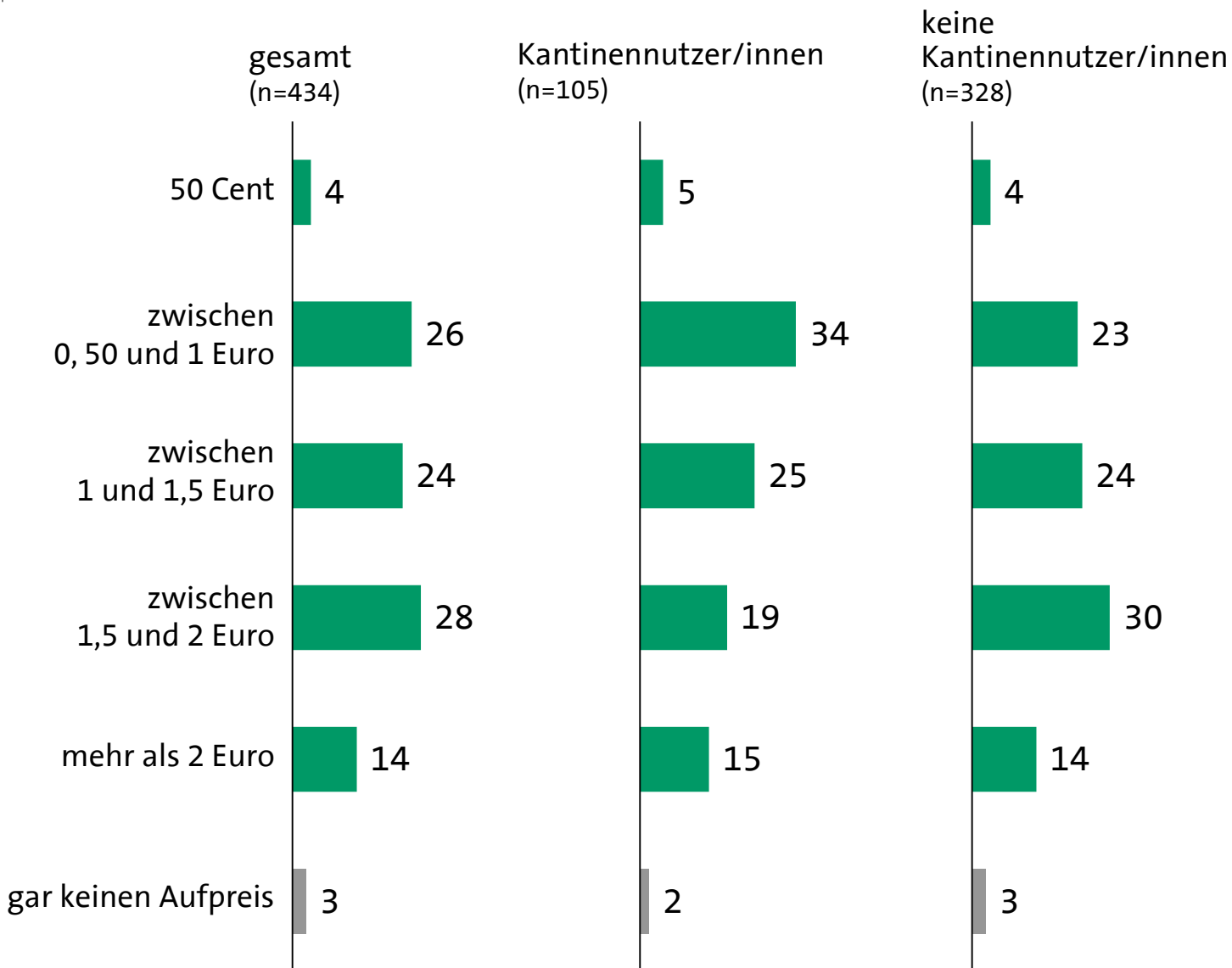
Angaben in Prozent; an 100% Fehlende: „weiß nicht“

\*Befragte, die erwerbstätig sind oder sich in einer Ausbildung befinden; (n=616)

\*\*Befragte, die Biolebensmittel in Kantinen/Mensas bevorzugen oder bevorzugen würden; (n=434)



# Akzeptabler Aufpreis pro Mittagessen für ein Biogericht II: Zahlungsbereitschaft bei aktuellen Kantinennutzer/innen geringer



Angaben in Prozent; an 100%  
Fehlende: „weiß nicht“/  
„verweigert“

Befragte, die Biolebensmittel in  
Kantinen/Mensas bevorzugen  
oder bevorzugen würden

**Frage:**  
Wie viel würden Sie pro  
Mittagessen für ein Biogericht  
mehr bezahlen?

# Ergebnistelegramm Bio-Essen in Kantinen und Mensas:

bisher eher geringes Bio-Angebot – Aufgeschlossenheit ist vorhanden

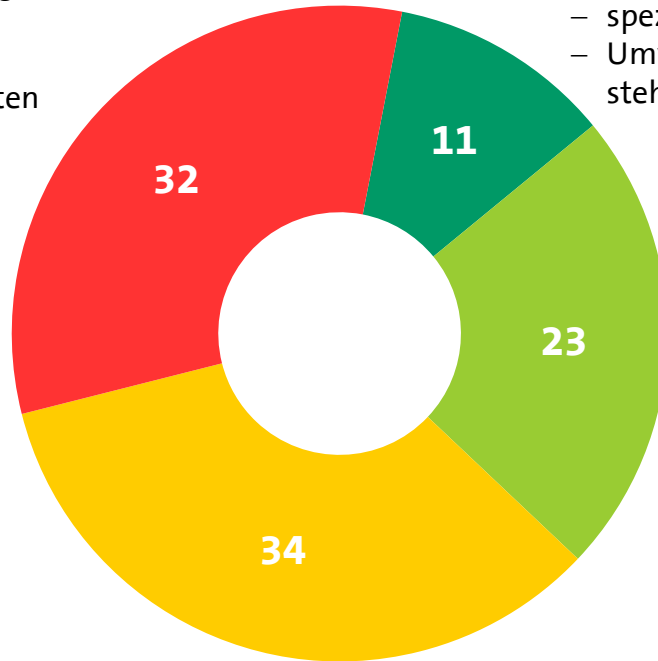
- Innerhalb der Befragten, die im Berufsleben stehen oder sich im Studium bzw. einer Ausbildung befinden, essen nur ein Viertel der Personen in Kantinen oder Mensas. Bei knapp 40 Prozent gibt es diese Möglichkeit gar nicht, während 35 Prozent der Befragten die Möglichkeit aus anderen Gründen nicht nutzt. Generell sind es etwas mehr Männer, die (regelmäßig) in Kantinen/Mensas essen.
- Das Angebot an Bio-Gerichten in Kantinen/Mensas ist aktuell nicht sehr groß. Nur 18 Prozent der befragten Tischgäste können täglich mindestens ein Biogericht aus dem Speisenangebot auswählen. 42 Prozent der Kantinennutzer/innen wissen nicht, ob und in welcher Form Biolebensmittel verwendet werden.
- 31 Prozent der Befragten, die im Berufsleben stehen oder sich im Studium bzw. einer Ausbildung befinden, würden in der Kantine/Mensa bewusst Gerichte bevorzugen, die ganz oder teilweise mit Biolebensmitteln hergestellt werden. Ein Fünftel würden Bio bei Gerichten mit bestimmten Lebensmitteln bevorzugen. Die Entscheidung für ein Gericht, das ganz oder teilweise mit Biolebensmitteln hergestellt wurde, würden 18 Prozent der Befragten vom Preis abhängig machen. 30 Prozent geben an, Biogerichte nicht bewusst zu bevorzugen.
- 96 Prozent der Befragten, die gegenüber Biogerichten aufgeschlossen sind, würden mindestens 50 Cent Aufpreis für ein Biogericht zahlen. Zwei Drittel der Befragten würden einen Aufpreis von mindestens einem Euro akzeptieren. 42 Prozent der Befragten finden einen Mindestaufpreis von 1,50 Euro für angemessen. 14 Prozent würden für ein Biogericht im Vergleich zu einem konventionellen Gericht sogar mehr als zwei Euro bezahlen.



# Konsumententypologie Biolebensmittel: zwischen vier Nutzertypen unterschieden

## Nicht-Konsument/-in:

- kein oder sehr geringer Biokonsum
- normale oder keine besonders präferierten Einkaufsstätten
- keine explizite Motivation für den Kauf von Bio-produkten



## überzeugte/-r Intensivkonsument/-in:

- häufiger bis ausschließlicher Konsum
- spezielle Einkaufsstättenpräferenz
- Umwelt- und regionale Aspekte stehen im Vordergrund

## bewusste/-r Stammkonsument/-in:

- regelmäßiger Konsum
- differenzierte Einkaufsstättenpräferenz
- Fokus vermehrt auf eigenem Nutzen

## Zufällige/-r Gelegenheitskonsument/-in:

- unregelmäßiger, geringer Konsum
- eher normale Einkaufsstättenpräferenz
- keine bestimmten Aspekte beim Kauf

## Gesamt

Angaben in Prozent; n=1.004

Bei der Konsumententypologie wird zwischen vier Nutzertypen unterschieden. Dabei fließen die Variablen „Häufigkeit des Biolebensmittelkonsums“ (Frage 1), die „Kaufortpräferenz“ (Frage 4) und die „Kaufmotive“ (Frage 5) in die Segmentierung ein. Die Bildung der Variable wird auf der nächsten Seite näher beschrieben.

# Bildung der Konsumententypologie: drei unterschiedliche Dimensionen

Die vier Nutzertypen werden anhand von drei Variablen gebildet:

**Gesamt**

1. Biolebensmittelkonsum	2. Kaufortpräferenz	3. Kaufmotive
Ausschließlich	Speziell (z.B. direkt beim Erzeuger)	„Umweltbewusstsein“
Häufig	Mischform (zwischen speziell und normal)	„regionales Bewusstsein“
Selten	Normal (z.B. Supermarkt)	„eigener Nutzen“ (z.B. bessere Qualität/Geschmack)
nie	Keine Präferenz	„unbestimmte Motivation“

Die Konsumententypologie ergibt sich aus der jeweiligen Kombination dieser Aspekte:

häufiger Biolebensmittelkonsum		Kaufmotive				
		„Umwelt- bewusstsein“	„regionales Bewusstsein“	„eigener Nutzen“	„unbestimmte Motivation“	
Kaufortpräferenz	speziell		←			überzeugte/-r Intensivkonsument/-in
	Mischform					bewusste/-r Stammkonsument/-in
	normal			←		bewusste/-r Stammkonsument/-in
	keine				←	zufällige/-r Gelegenheits- konsument/-in

# Konsumententypologie Biolebensmittel I:

Konsum bei Frauen und Besserverdienenden tendenziell höher

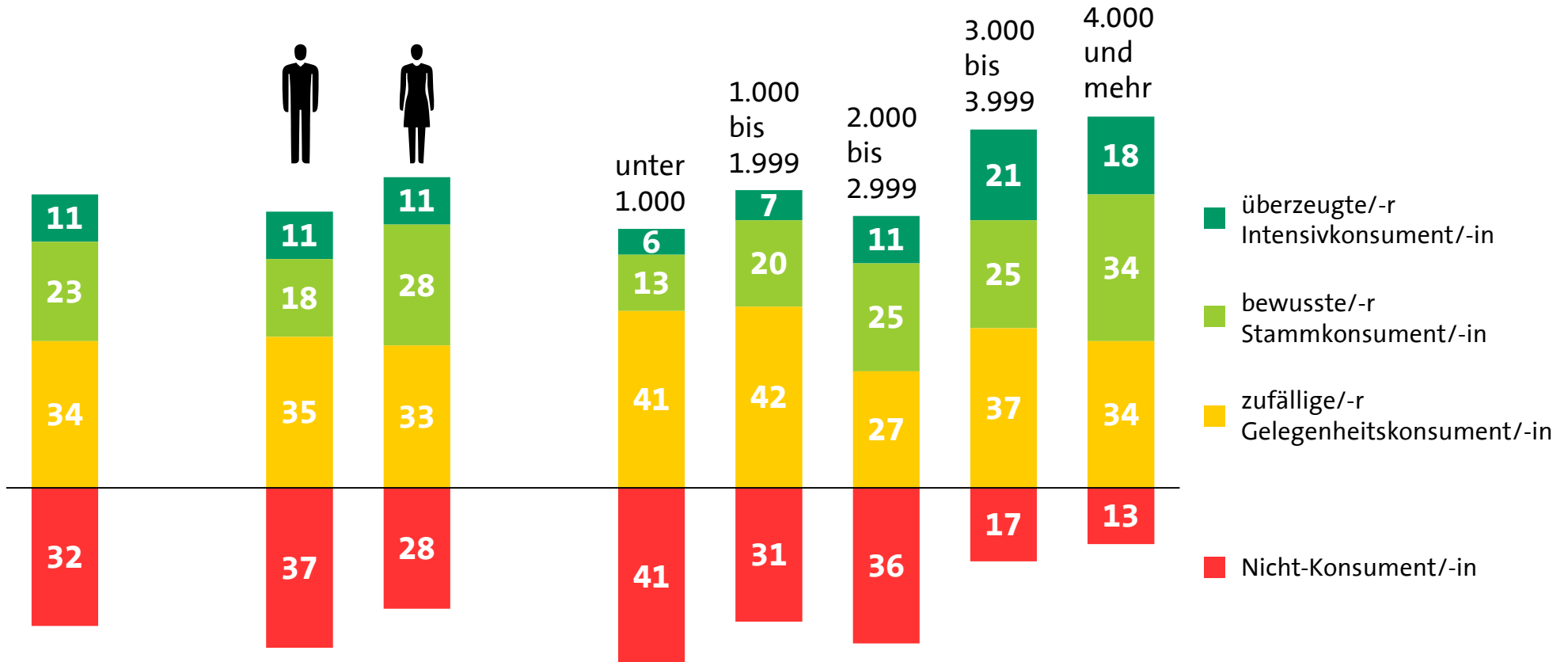
Gesamt

Geschlecht

Haushaltsnettoeinkommen  
(in Euro)

**Gesamt**

Angaben in Prozent; n=1.004





# Konsumententypologie Biolebensmittel II: mit dem Bildungsniveau steigt auch der Bio-Konsum

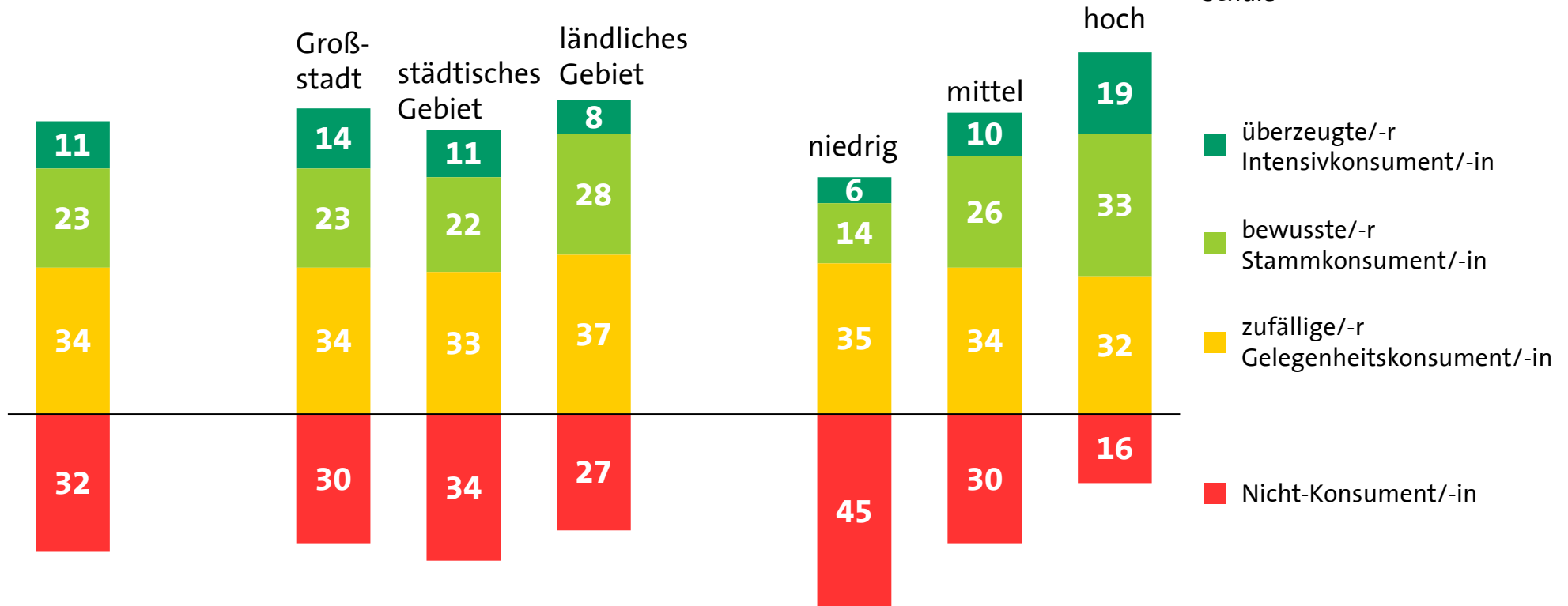
Gesamt

Stadt-Land-Gliederung

Bildungsniveau\*

**Gesamt**

Angaben in Prozent; n=1.004;  
\*nicht dargestellt: „noch  
Schüler/in in allgemeinbildender  
Schule“





## Ergebnistelegramm:

etwa jede(r) Vierte kauft regelmäßig Biolebensmittel

## Biolebensmittelerwerb

- Knapp ein Viertel der Bevölkerung kauft regelmäßig Biolebensmittel. Grundsätzlich ist die Häufigkeit des **Biolebensmittelerwerbs** damit gleich geblieben – eine geringe Verschiebung der häufigen Nutzer zu den gelegentlichen Nutzern lässt sich jedoch feststellen.
- Im Bereich der **Bioprodukte** ist die Nachfrage nach Eiern sowie Obst und Gemüse groß, aber nach Süßwaren und Bio-Babynahrung bzw. Kinderkost sehr gering. Gekauft werden die Bioprodukte bevorzugt im Supermarkt oder Discounter. Aber auch direkt beim Erzeuger kauft über die Hälfte der Bevölkerung Biolebensmittel. Über eine Abokiste sowie auch das Internet erfolgt so gut wie kein Bezug von Biolebensmitteln.
- Artgerechte Tierhaltung und weniger Zusatz- und Verarbeitungshilfsstoffe sind weiterhin die wichtigsten Gründe **zum Kauf** von Biolebensmitteln. Die Beratung durch Fachpersonal ist beim Bio-Kauf weniger ausschlaggebend. Wichtige **Aspekte beim Kauf** sind wiederum die Vermeidung von Pflanzenschutzmittelrückständen sowie die optimale Frische und Qualität der Produkte. Die Warenzeichen von Ökoverbänden auf Bioprodukten sind dagegen nur 15 Prozent der Biolebensmittelkäuferinnen und -käufern wichtig.
- Insbesondere private Kontakte zu anderen Nutzern von Bioprodukten und eigene Initiative sind Gründe für das Interesse an Biolebensmitteln.

**Jana Hölscher**  
Projektleiterin

Tel. 0228/38 22-569  
Fax 0228/31 00 71  
j.hoelscher@infas.de

infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH

Friedrich-Wilhelm-Straße 18  
53113 Bonn  
[www.infas.de](http://www.infas.de)