



# Wer kauft warum Bio?

*Nicht alle Konsumenten greifen gleich häufig zu Bio-Lebensmitteln. Es gibt große individuelle Unterschiede in den Wünschen und Erwartungen an die Lebensmittelerzeugung. Aber auch das Lebensumfeld, das Einkommen und die Bildung spielen eine wichtige Rolle, bei der Wahl der Produkte.*

Eine schweizer Studie ging der Frage nach, welche Kaufentscheidungen für Bio-Lebensmittel sprechen.

Foto: LADO/shutterstock.com

Der Bio-Absatz entwickelt sich seit Jahren positiv. Langjährige Bio-Konsumenten schätzen weiterhin Bio und neue Käuferschichten kommen hinzu. Durch eine auf die Zielgruppen abgestimmte Kommunikation können die Bio-Absetzmöglichkeiten verbessert werden. In einer aktuellen Schweizer Studie wurde daher der Frage nachgegangen, von welchen Fakto-

ren die Kaufentscheidung für Bio-Lebensmittel wesentlich abhängt (Stolz et al. 2017). Dazu wurden die Ergebnisse einer Befragung von über 600 Personen (geschichtete Stichprobe) ausgewertet.

## Wer kauft häufiger Bio?

11 % der Befragten gaben an, ausschließlich bzw. sehr häufig Bio-Produkte zu kaufen, 43 % griffen gelegentlich zu Bio. Alle Käufergruppen gaben an, zukünftig den Bio-Konsum auszuweiten. Die Studie zeigte weiters, dass Frauen häufiger zu Bio-Produkten greifen als Männer. Das Alter und die Haushaltsgröße hatten keinen Einfluss; mit steigendem Bildungsniveau und Einkommen wird in der Schweiz mehr Bio konsumiert, wobei im hohen Einkommensbereich kein Zuwachs mehr zu beobachten war. Zwischen Auszubildenden (Schule, Studium) und Berufstätigen zeigten sich keine Unterschiede, demgegenüber greifen Pensionisten überdurchschnittlich häufig und Arbeitssuchende unterdurchschnittlich häufig zu Bio. Der Wohnort (Stadt/Land) hatte keinen Einfluss, auch zwischen Familien mit und ohne Kinder wurde kein Unterschied im Bio-Konsum festgestellt.

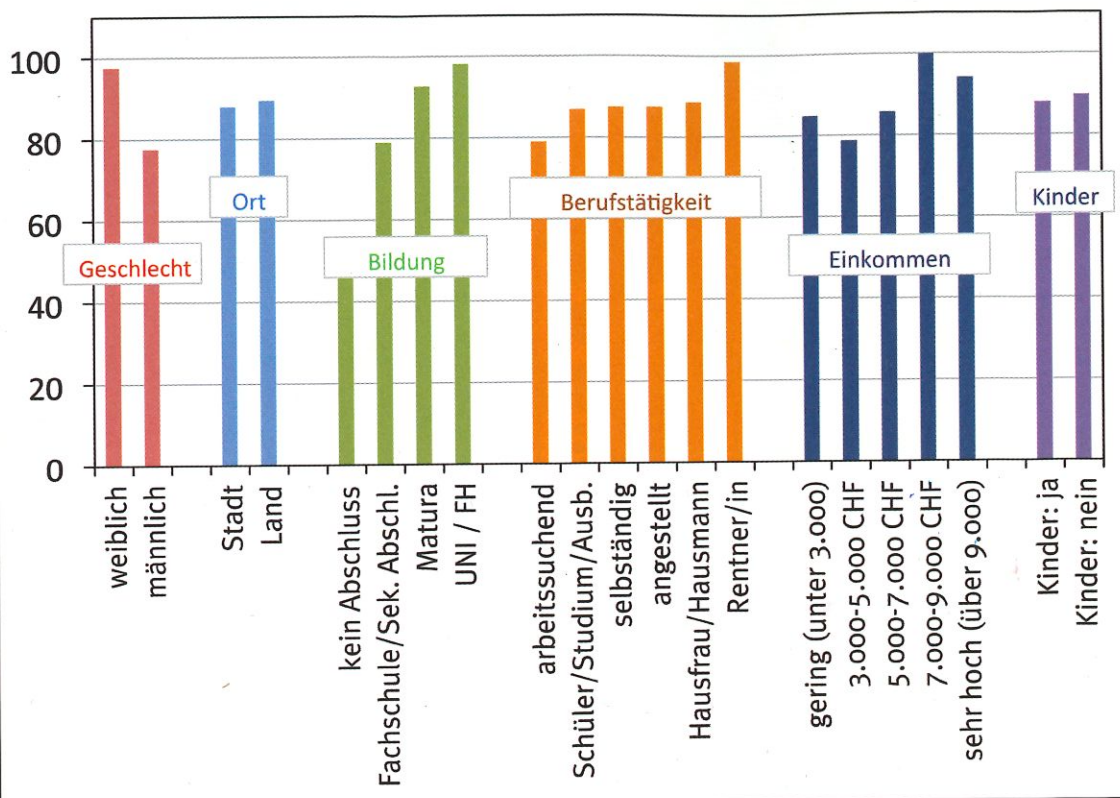
Tabelle 1: Kaufmotive nach Bio-Käufergruppe (Stolz et al. 2017)

	Bio-Käufergruppe		
	intensiv	regelmäßig	gelegentlich
Beitrag zu Umweltschutz	6,8	6,2	5,8
Natürliche Produkte - weniger Zusatzstoffe	6,7	6,2	5,4
Biodiversität erhalten	6,6	6,0	5,2
Unterstützung der Bio-Produzenten	6,6	6,1	5,2
Sind gesünder	6,5	5,8	5,3
Schmecken besser	6,4	6,3	5,6
Vermeidung von Pflanzenschutzrückständen	6,1	5,7	5,4
Tierwohl verbessern	6,0	5,2	4,6
Ernährung der Kinder bzw. Schwangerschaft	5,5	5,0	4,3
Durchschnitt	5,2	5,8	6,3

1) Bewertungsskala: 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 7 (stimme vollkommen zu)

### Relativer Einfluss auf die Bio-Kaufhäufigkeit

(nach Stolz et al. 2017)



### „Typische“ Bio-Konsumenten

Konsumenten, die häufig Bio kaufen, gaben an, dass ihnen ein umweltbewusster Lebensstil wichtig ist. Diese Gruppe achtet auch überdurchschnittlich stark auf eine gesunde Ernährung, beschäftigt sich vermehrt mit dem Nährstoffgehalt von Lebensmitteln und konsumiert weniger Fleisch. Die Naturbelassenheit und Schadstofffreiheit der Produkte ist dieser Gruppe sehr wichtig. Mit steigendem Bio-Konsumanteil nahm die Bereitschaft, für Bio-Qualität mehr zu zahlen, zu.

Mit abnehmendem Bio-Konsumanteil gewinnt demgegenüber Geschmack, Aroma und Aussehen bei der Kaufentscheidung an Bedeutung. Für die Mehrheit der Personen, die selten oder nie Bio kaufen, stellt der Preis die wichtigste Kaufbarriere dar. Die weiteren Hürden waren für diese Gruppe (in absteigender Wichtigkeit): Regionalität ist wichtiger als Bio; Zweifel an Echtheit von Bio; Bio hat keinen persönlichen Mehrwert; kein Vertrauen in Bio-

Produzenten; Bio kommt aus entfernten Ländern; ungenügendes Erscheinungsbild.

Sowohl für die Bio-Intensivkäufer als auch für die Bio-Gelegenheitskäufer sind die Kaufmotive „Beitrag zum Umweltschutz“ und „natürliche Produkte bzw. wenig Zusatzstoffe“ sehr wichtig. Aufgrund der Studienergebnisse empfehlen die Autoren, in der Bio-Kommunikation neben dem Genussaspekt daher vor allem auch auf die Punkte Umweltverträglichkeit und Natürlichkeit der Produkte und Produktion vermehrt zu setzen.

#### Ausführliche Ergebnisse der Studie:

Stolz, H., Blattert, S., Rebholz, T., Stolz, M. (2017): Biobarometer Schweiz: Wovon die Kaufentscheidung für Biolebensmittel abhängt. Agrarforschung Schweiz 8(2): 62–69.

Zusammengefasst von Priv.-Doz. Dr. Andreas Steinwider, Bio-Institut der HBLFA Raumberg-Gumpenstein

### Bio-Jugendumfrage – mitmachen und gewinnen

Im Rahmen einer Studie werden erstmals in Österreich speziell Jugendliche und junge Erwachsene im Alter zwischen 15 und 25 Jahren zu ihren Wünschen und Erwartungen an die Bio-Landwirtschaft und -Lebensmittelversorgung befragt. Dazu führen SchülerInnen der HBLA St. Florian und HBLFA Raumberg-Gumpenstein, in Zusammenarbeit mit Lehrkräften und dem Bio-Institut, eine große Bio-Jugendumfrage in Österreich durch. Unter allen Teilnehmern werden auch Einkaufsgutscheine verlost.

Link zur Umfrage: <https://www.surveio.com/survey/d/bio-jugendbefragung>