



Bio bitte unverpackt, oder doch nicht?

Lebensmittelverpackungen zählen zu den wichtigsten Kaufbarrieren von Bioprodukten. Ergebnisse des Biobarometers zeigen an, wo Handlungsbedarf besteht.

Mit repräsentativen Erhebungen untersucht das Biobarometer des FiBL alle zwei Jahre die wichtigsten Faktoren für die Nachfrage nach Biolebensmitteln. Angeregt durch die Markenkommission Verarbeitung und Handel von Bio Suisse beinhaltete das Biobarometer 2022 das Schwerpunktthema Biolebensmittelverpackung (Infobox). Denn das Thema beschäftigt nicht nur die Branche, sondern auch die Konsumentinnen und Konsumenten, über deren tatsächliche Einstellungen zu Verpackungen Bio Suisse sehr wenige Erkenntnisse vorliegen. Die Ergebnisse der Erhebung sollen den Detailhandel und die Biobranche in der Suche nach Lösungsansätzen unterstützen.

Die Umfrageergebnisse in der Grafik «Allgemeine Einstellungen zur Verpackung von Biolebensmitteln» zeigen auf, dass hauptsächlich die mit Verpackungen verbundenen Umweltauswirkungen Sorge bereiten. So stimmten 73 Prozent der Befragten den Statements «Der erhöhte Ressourcenverbrauch zur Herstellung von Verpackungsmaterial für Lebensmittel bereitet mir Sorge» und «Die durch gebrauchte Lebensmittelverpackungen entstehende Umweltbelastung bereitet mir Sorge» überwiegend zu. Auch werden die potenziellen Gesundheitsauswirkungen, die Verpackungsmaterialien verursachen können, kritisch gesehen: Insgesamt 53 Prozent der Befragten stimmten dem Statement «Das Überwandern von gesundheitsgefährdenden Stoffen aus der Verpackung ins Lebensmittel bereitet mir Sorge» zumindest eher zu.

Verzicht auf verpackte Biolebensmittel

Insgesamt gaben 40 Prozent der Befragten an, in den letzten drei Monaten aufgrund der Verpackung auf bestimmte Biolebensmittel verzichten zu haben (Tabelle «Verzicht auf Biolebensmittel wegen Verpackung»). Der Verzicht betrifft besonders häufig Biogemüse und -obst, gefolgt von Bioeiern und Biofertiggerichten. Am seltensten erfolgt ein Verzicht auf Trockenwaren wie Pasta oder Reis aufgrund der Verpackung.

Interessanterweise steigt der Verzicht bei Menschen mit hohem Biokonsum deutlich an. Einfach ausgedrückt: Je mehr Bio jemand konsumiert, desto sensibler ist die Person bezüglich Verpackungen und verzichtet eher auf bestimmte Biolebensmittel.

Handlungsbedarf und Massnahmen

Gesamthaft stimmen den Massnahmen «Weniger Plastik» über 90 Prozent der Befragten zumindest teilweise zu (Gra-

fik «Massnahmen für weniger Verpackungsabfälle»). Ebenfalls hohe Zustimmung haben «Schadstofffreie Verpackungen» und «Materialien, die sich gut recyceln lassen». Die Zustimmung ist am geringsten bei «Weniger Convenience-/Fertigprodukten», «Selbstabfüllanlagen» und «Mehrwegverpackungen».


Interessanterweise handelt es sich bei den beiden letzteren Massnahmen um solche, die sich nur mit Eigeninitiative seitens der Konsumentinnen und Konsumenten umsetzen lassen. Diese Eigeninitiative zur Vermeidung von Lebensmittelverpackungen ist bei den Befragten – vermutlich aufgrund von Bequemlichkeit und Gewohnheit – deutlich geringer ausgeprägt als das Bewusstsein für die Problematiken im Zusammenhang mit dem Material (Bioaktuell 4|23). Jedoch ist bei fast allen Massnahmen die Zustimmung bei Personen mit hohem Biokonsum signifikant höher als bei Personen mit mittlerem oder tiefem Biokonsum. Dies trifft auch auf die Befürwortung der Massnahmen «Selbstabfüllanlagen» und «Mehrwegsyste-me» unter Befragten mit hohem Biokonsum zu.

Verschiedene Lösungsansätze

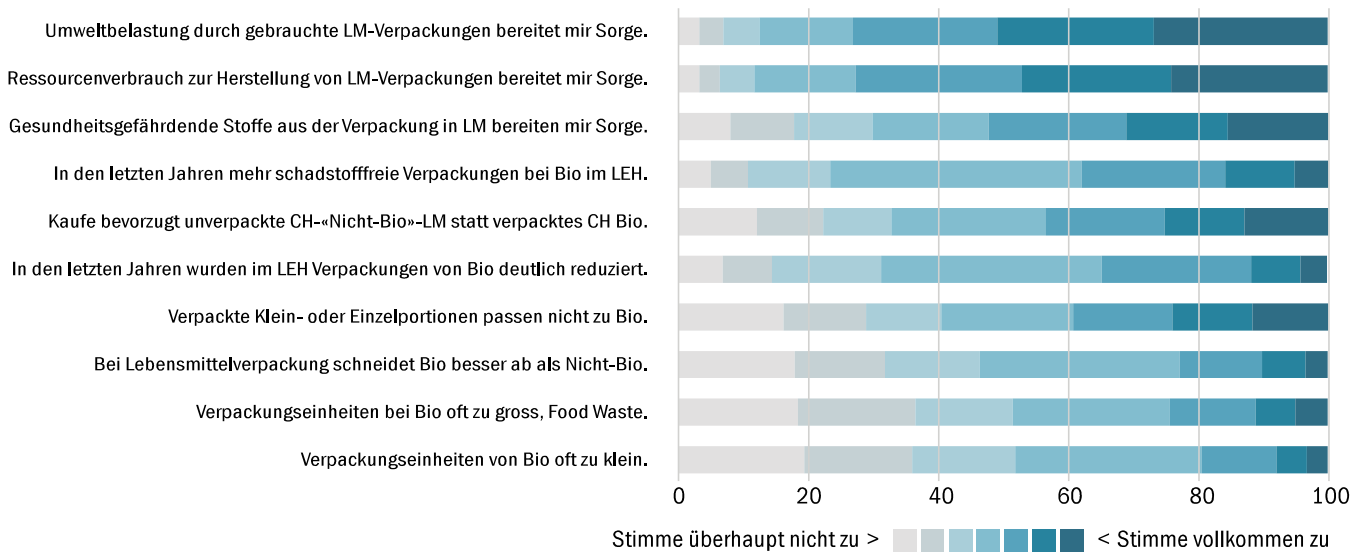
Die Befragung lieferte konkrete quantitative Aussagen bezüglich der Einstellung der Konsumentinnen und Konsumenten gegenüber Verpackungen von Biolebensmitteln. Die Ergebnisse zeigen, dass das Bewusstsein seitens der Befragten für Umweltauswirkungen von Lebensmittelverpackungen hoch und ein grösseres Angebot von Bioobst und Biogemüse im Offenverkauf erwünscht ist. Bei anderen Biolebensmitteln werden Verpackungen trotz aller Bedenken hingenommen – wohl auch einfach mangels Ausweichmöglichkeiten. Handlungsbedarf sehen die Konsumentinnen und Konsumenten vor allem in der Reduktion von Verpackungen sowie in der Entwicklung gesundheitlich unbedenklicher und umweltfreundlicherer Verpackungen. Zudem sind insbesondere Personen mit hohem Biokonsum offen gegenüber Lösungsansätzen, welche die Konsumierenden einbinden und eine Verhaltensveränderung voraussetzen.

Tatsache bleibt: Selbstabfüllanlagen werden wenig genutzt; nur selten werden eigene Behältnisse für Produkte wie Fleisch, Fisch oder Käse mitgebracht. Zudem verzichten Konsumentinnen und Konsumenten kaum gezielt auf aufwendig verpackte Convenience- und Fertigprodukte. Das deutet auf eine grosse Diskrepanz zwischen dem grundsätzlich grossen Interesse und dem tatsächlichen Verhalten hin.

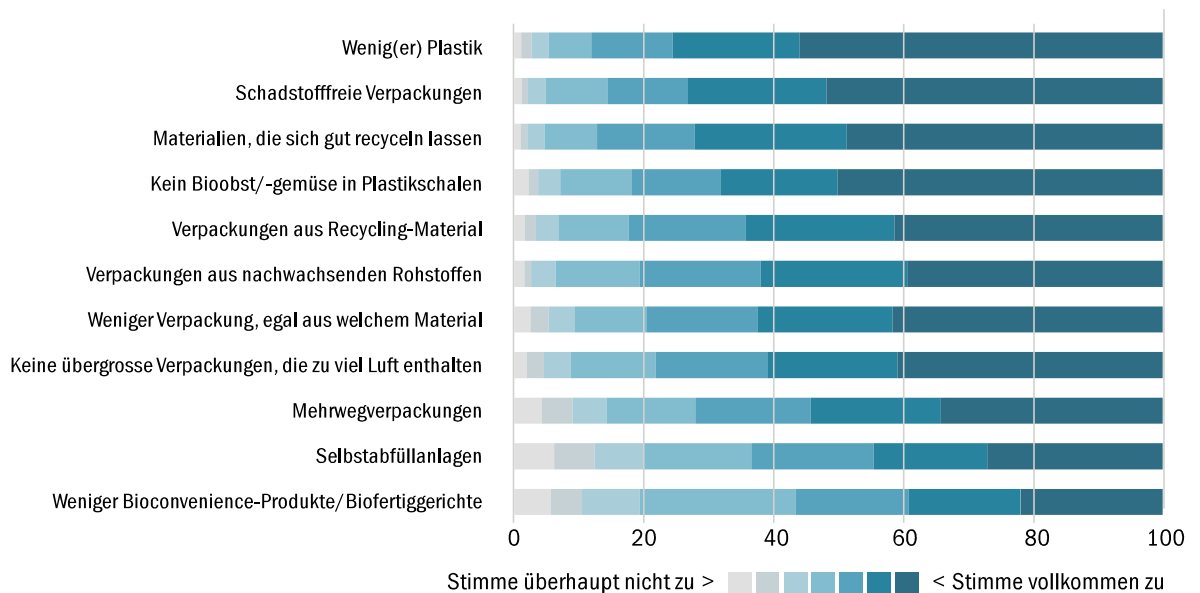
Flankierende Massnahmen wie gezielte Anreizsysteme oder Informationskampagnen könnten dazu beitragen, Verhaltensänderungen bei den Konsumentinnen und Konsumenten voranzutreiben. *Hanna Stolz, FiBL; Jane Muncke, Food Packaging Forum; Markus Hurschler, Foodways*

 knospe.bio-suisse.ch > Grundlagen > Ökologische Verpackungen

Einstellungen zur Verpackung von Biolebensmitteln



Massnahmen für weniger Verpackungsabfälle



Verzicht auf Biolebensmittel wegen Verpackung

Anteile in Prozent

Bioprodukte/Bioproduktgruppe	Nein	Ja
Keine Produkte oder Produktgruppe	40	60
Biogemüse	78	22
Biofrüchte/-obst	82	18
Bioeier	93	7
Biofertiggerichte, Bio vom Take-Away	93	7
Biofleisch- und/oder -wurstwaren	94	6
Biobrotwaren	95	6
Biomilchprodukte einschliesslich Biokäse	95	5
Biosüsswaren/-snacks	96	5
Biotrockenwaren (Nudeln, Mehl, Reis etc.)	96	4
Alkoholfreie Biogetränke (inklusive Kaffee und Tee)	96	4



Biobarometer-Befragung

Alle zwei Jahre findet die repräsentative Befragung des FiBL zu den Themen Biokonsum und Nachhaltigkeit statt. Untersucht werden aktuelle Konsumtrends und -entwicklungen unter Berücksichtigung soziodemografischer Unterschiede sowie der Einstellungen und Wahrnehmungen von Konsumentinnen und Konsumenten. Die Teilnehmenden erhalten zur Datenerhebung einen Onlinefragebogen. Die letzte Erhebung erfolgte im Dezember 2022, wobei 1061 Personen befragt wurden. Durch Bio Suisse angestossen, befasste sich das Biobarometer mit dem Schwerpunkt Biolebensmittelverpackung. Jane Muncke, Geschäftsführerin der Schweizer Stiftung Food Packaging Forum, und Markus Hurschler, Gründer von Foodways und Projektmanager im Bereich Nachhaltigkeit, haben externe Expertisen eingebracht. biobarometer.fibl.org
 → Hanna Stolz, FiBL, Projektleiterin Biobarometer hanna.stolz@fibl.org