

## Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln: Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherstudie

Heike Kuhnert, Peter H. Feindt, Stephan Wragge, Volker Beusmann

**Problemstellung/Ziele:** Der erste deutsche BSE-Fall im November 2000 hat zu heftigen Reaktionen der Verbraucher bei der Nachfrage nach Lebensmitteln geführt. Der Rindfleischkonsum brach im Dezember 2000 und Januar 2001 um fast 70 % im Vergleich zu den Vorjahresmonaten ein, während Geflügelfleisch, Fisch, Gemüse und andere Beilagen deutlich in der Verbrauchergunst stiegen. Auch der Markt für ökologische Lebensmittel profitierte deutlich von der deutschen BSE-Krise. Vor diesem Hintergrund stellte sich die Frage, ob die genannten Veränderungen möglicherweise Ausdruck eines veränderten Verbraucherbewusstseins gegenüber Lebensmitteln – insbesondere gegenüber ökologisch erzeugten Produkten – sind. Die Beantwortung dieser und einer Reihe weiterer Fragen waren leitend für die Untersuchung.

**Hypothesen:** Die zentrale Arbeitshypothese lautete: Die deutsche BSE-Krise hat zu Bewusstseinsveränderungen beim Verbraucher gegenüber der Lebensmittelproduktion und gegenüber Lebensmitteln geführt. Im Zuge dieser Veränderungen hat sich die Wertschätzung ökologisch erzeugter Lebensmittel erhöht.

**Methoden:** a) Literaturanalyse bisheriger Untersuchungen zur Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln und Veränderungen der Verbrauchernachfrage im Zuge der BSE-Krise. b) Bundesweit repräsentative computergestützte Telefonerhebung mit n = 2.000 (Erhebungszeitraum: September/Oktober 2001) zu folgenden Themen: Kenntnis und Assoziationen zum Begriff Agrarwende, Zahlungsbereitschaft für ausgewählte Produktmerkmale, Beurteilung der wahrgenommenen Qualität von Bio-Lebensmitteln, Einstellung und Wissen zum ökologischen Landbau/Bio-Produkten, Informationsbedarf zum Themenfeld Öko-Landbau/Bio-Lebensmittel, Einkaufsverhalten bei Bio-Lebensmitteln.

**Ergebnisse/Diskussion:** Die erwartete Bewusstseinsänderung konnte mittels der erhobenen Daten nicht festgestellt werden. Aus unseren Ergebnissen lässt sich insgesamt ein positives Meinungsumfeld für den ökologischen Landbau und seine Produkte ableiten. Im Vergleich zu früheren Studien hat die ökologische Erzeugung als kaufentscheidendes Merkmal kaum an Bedeutung gewonnen. Auch die Ergebnisse zur Zahlungsbereitschaft zeigen, dass die akzeptierten Preisaufschläge für Bio-Produkte im Vergleich zu früheren Studien nicht gestiegen sind – und damit auch nicht die allgemeine Wertschätzung für Bio-Produkte, soweit sie über die Zahlungsbereitschaft messbar ist. Das Ergebnis der vergleichenden Bewertung von Öko-Produkten mit herkömmlichen Produkten im Hinblick auf ausgewählte Kriterien zeigt, dass Öko-Lebensmittel im Durchschnitt bei den meisten Kriterien etwas besser bewertet werden. Die Öko-Produktvarianten werden vor allem als artgerechter erzeugt, naturbelassener, gesünder sowie reicher an Vitamin- und Mineralstoffen wahrgenommen. Die größten Schwachstellen von Öko-Produkten bestehen aus Sicht der Befragten im Hinblick auf die Kriterien "niedriger Preis", "Preis-Leistungs-Verhältnis" und "glaubwürdige Produktkennzeichnung". Der ökologische Landbau wird von den Befragten vor allem mit artgerechter Tierhaltung und Umweltfreundlichkeit in Zusammenhang gebracht. Bei gleichzeitig

## Markt

geringer Kenntnis der gesetzlichen Regelungen deutet dies darauf hin, dass Produkte, die zumindest eines dieser Kriterien erfüllen, häufig als Öko-Produkte gekauft werden. Die Ergebnisse zum Informationsbedarf lassen insgesamt den Schluss zu, dass seitens der Verbraucher ein Informationswunsch zum Thema Öko-Produkte/-Landbau besteht. Am wichtigsten werden Informationen darüber empfunden, wie man echte Öko-Produkte erkennt.

Die ausführlichen Ergebnisse der Studie sind als BIOGUM-Forschungsbericht 1/2002 und 2/2002 erschienen und unter [www.biogum.uni-hamburg.de](http://www.biogum.uni-hamburg.de) abrufbar.

**Fazit:** Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse, der durch Studien zur Wirkung von Lebensmittelskandalen auf die Nachfrage (vgl. von Alvensleben 2001; Meyer-Hullmann 1999) bestätigt wird, kann davon ausgegangen werden, dass Skandale in der konventionellen Land- und Ernährungswirtschaft nicht zwangsläufig – und vor allem nicht nachhaltig – zugunsten der Nachfrage nach Öko-Produkten wirksam sind. Dass Skandale innerhalb des Öko-Sektors nicht ohne Folgen bleiben, hat der Nitrofenskandal im Frühjahr 2002 gezeigt; allerdings ergibt die Analyse der Auswirkungen auf die Nachfrage nach Öko-Produkten ein uneinheitliches Bild: Das Institut für Demoskopie Allensbach kommt aufgrund eigener Umfragen zu dem Schluss, dass die jüngsten Lebensmittelskandale (Nitrofen, Hormone im Fleisch) das Image von Bio-Lebensmitteln zerstört haben (IFD 2002). Berücksichtigt werden muss dabei, dass die zwei verglichenen IFD-Umfragen jeweils ein bis zwei Monate nach Beginn der BSE-Krise bzw. des Nitrofensandals stattfanden. Dies hat vermutlich in erhöhtem Maße zur Erfassung kurzfristiger extremer Meinungen pro bzw. contra Bio-Produkten geführt. Die Verbraucherreaktionen sind nach Käufertypen und Absatzwegen differenziert zu betrachten. Altkunden und regelmäßige Käufer von Bio-Produkten zeigten sich vom Nitrofenskandal relativ unbeeindruckt, während bei Neukunden und gelegentlichen Käufern eine starke Verunsicherung und Nachfragerückgänge zu beobachten waren (vgl. auch Biohandel 2002). Entsprechend der Käuferstrukturen in den verschiedenen Absatzkanälen war vor allem der LEH von den Umsatzeinbrüchen im Öko-Markt betroffen. Laut BNN (2002) waren aufgrund des Nitrofensandals keine direkten Umsatzeinbrüche zu verzeichnen. Die vorliegenden Umfrageergebnisse und auch die Reaktionen der Verbraucher auf den Nitrofenskandal zeigen, dass der wahrgenommene Nutzen von Bio-Produkten noch unzureichend ist. Dem muss zum einen durch Verbesserungen auf Produktebene und im Vertrieb entgegengewirkt werden. Zum anderen gilt es, das vorhandene Angebot bekannter zu machen, Glaubwürdigkeitsdefizite abzubauen und den Nutzen von Bio-Produkten beim Verbraucher zu verankern, damit vorhandene Nachfragepotenziale auch tatsächlich realisiert werden.

**Literaturangaben:** Alvensleben, R. von (2001): Lebensmittelqualität und -risiken aus Verbrauchersicht: Der Einfluß der BSE-Krise 2000/2001. Vortrag auf dem QUASI-Workshop am 6./7.12.2001 in Kiel

BioHandel (2002): Minus im zweiten Quartal – Nitrofenskandal brachte vielen Ladnern Umsatzeinbußen. BioHandel, Nr. 9, S. 15

BNN (Bundesverband Naturkost Naturwaren Herstellung und Handel e.V.) (2002): Nitrofen bringt Branche keine direkten Umsatzeinbrüche – Umsätze im ersten Halbjahr 2002 nahezu auf Vorjahresniveau. Pressemitteilung vom 13.08.2002. (Zitierdatum 14.08.2002), abrufbar unter [http://62.112.68.138/input/pdf/Umsatz\\_erstes\\_Halbjahr2002.pdf](http://62.112.68.138/input/pdf/Umsatz_erstes_Halbjahr2002.pdf)

IFD (Institut für Demoskopie Allensbach) (2002): Bio-Lebensmittel – Die jüngsten Skandale haben das Image zerstört. Allensbacher Berichte, Nr. 15, 2002. (Zitierdatum 02.09.2002), abrufbar unter <http://www.ifd-allensbach.de>

Meyer-Hullmann, K. (1999): Lebensmittelskandale und Konsumentenreaktion – Analyse der Auswirkungen von Lebensmittelskandalen unter besonderer Berücksichtigung des Informationsverhaltens – Dargestellt am Beispiel BSE. Europäische Hochschulschriften, Reihe V, Bd./Vol. 2482, Peter-Lang-Verlag, Frankfurt

## **Bibliographische Angaben zu diesem Dokument:**

Kuhnert, Heike; Feindt, Peter H.; Wragge, Stephan und Beusmann, Volker (2003): Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln: Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherstudie. 7. Wissenschaftstagung zum Ökologischen Landbau, Ökologischer Landbau der Zukunft, Wien, 24.-26. Februar 2003, 653-654. Universität für Bodenkultur Wien, Institut für Ökologischen Landbau.

Das Dokument ist in der Datenbank „Organic Eprints“ archiviert und kann im Internet unter <http://orgprints.org/000001159/> abgerufen werden.