



# Ökobarometer 2019

Umfrage zum Konsum von  
Biolebensmitteln



# Inhalt

1. *Studienhintergrund  
und Studiensteckbrief* **4**
2. *Konsum von Lebensmitteln,  
insbesondere von Biolebensmitteln* **6**
3. *Ergebnistelegramm mit Vergleich  
zum Ökobarometer 2018* **17**
4. *Schwerpunktthema 2019  
Regionale Lebensmittel* **20**

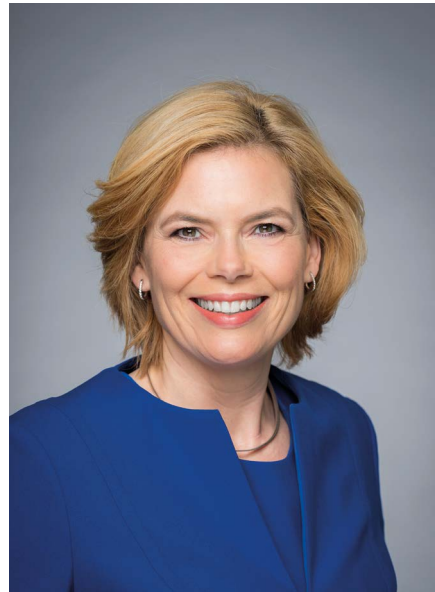


## Liebe Leserinnen und Leser,

wie unsere Lebensmittel erzeugt werden, das steht heute im Mittelpunkt öffentlicher Debatten. Die gesellschaftlichen Erwartungen sind hoch. Und gleichzeitig hat man den Eindruck, dass vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern gar nicht klar ist, welchen Einfluss sie selbst haben.

Denn wer möchte, dass mehr Felder ökologisch bewirtschaftet werden, der muss auch Bioprodukte kaufen. Nur dann, wenn die Produkte auch nachgefragt werden, wird es uns gelingen, unser Ziel zu erreichen, bis 2030 den Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche auf 20 Prozent zu erhöhen.

Um diesen Prozess zu unterstützen, erstellt unser Ministerium seit 2002 das Ökobarometer. Wir befragen dazu Verbraucherinnen und Verbraucher zu ihren Gewohnheiten beim Kauf von ökologisch erzeugten Lebensmitteln. So erfahren wir, warum und welche Biolebensmittel gekauft werden, welche Aspekte Biokäuferinnen und -käufer bei der Herstellung besonders wichtig sind und vor allem auch, wie sich das Einkaufsverhalten ändert. Denn genau das sind die Informationen, die wir brauchen, um die Branche zu unterstützen



Mit Erfolg: Allein in den vergangenen drei Jahren haben so viele Bäuerinnen und Bauern auf Bio umgestellt wie in den gesamten zehn Jahren davor. Wir sind also auf einem guten Weg!

Das zeigt auch das aktuelle Ökobarometer: Die Mehrheit der Befragten legt viel Wert darauf, mit ihrem Einkauf zu mehr Umweltschutz und einer gesunden Ernährung beizutragen. 90 Prozent der Befragten geben an, Biolebensmittel zu kaufen – und noch mehr wollen das zukünftig tun.

Sie, liebe Leserinnen und Leser, haben es in der Hand: Sie entscheiden!

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre!

Herzlichst,  
Ihre

**Julia Klöckner**  
Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft

# 1

---

## Studienhintergrund und Studiensteckbrief

# 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 insbesondere mit dem Konsum von Biolebensmitteln unter Verbraucherinnen und Verbrauchern.
- Für das „Ökobarometer 2019“ wurde infas mit der Durchführung beauftragt. Die Erhebung fand von Ende Juli bis Ende August 2019 statt. Insgesamt wurden 1.005 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 zu der Häufigkeit des Biolebensmittelkonsums sowie zu den präferierten Kauforten und der Produktwahl. Außerdem werden die Gründe für den Konsum sowie die Ursache für das Interesse an Bioprodukten beleuchtet.
- Im aktuellen Ökobarometer wurden die Kernfragen zum Teil aktualisiert.
- Schwerpunktthema der diesjährigen Befragung war das Thema „Regionale Lebensmittel“.

# Studiensteckbrief:

## *quantitatives Studiendesign*

**Methode:**

quantitative Umfrage

**Befragungsmethode:**

telefonische Interviews  
(CATI: Computer Assisted Telephone Interviews)

**Feldzeit:**

Ende Juli bis Ende August 2019

**Zielgruppe:**

Personen ab 14 Jahren

**Fallzahl:**

n = 1.005 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.

**Gewichtung:**


- Alter
- Geschlecht
- Bildung
- Erwerbsstatus
- Haushaltsgröße
- Nielsegebiete

(entsprechend der bekannten Verteilungen in Deutschland)

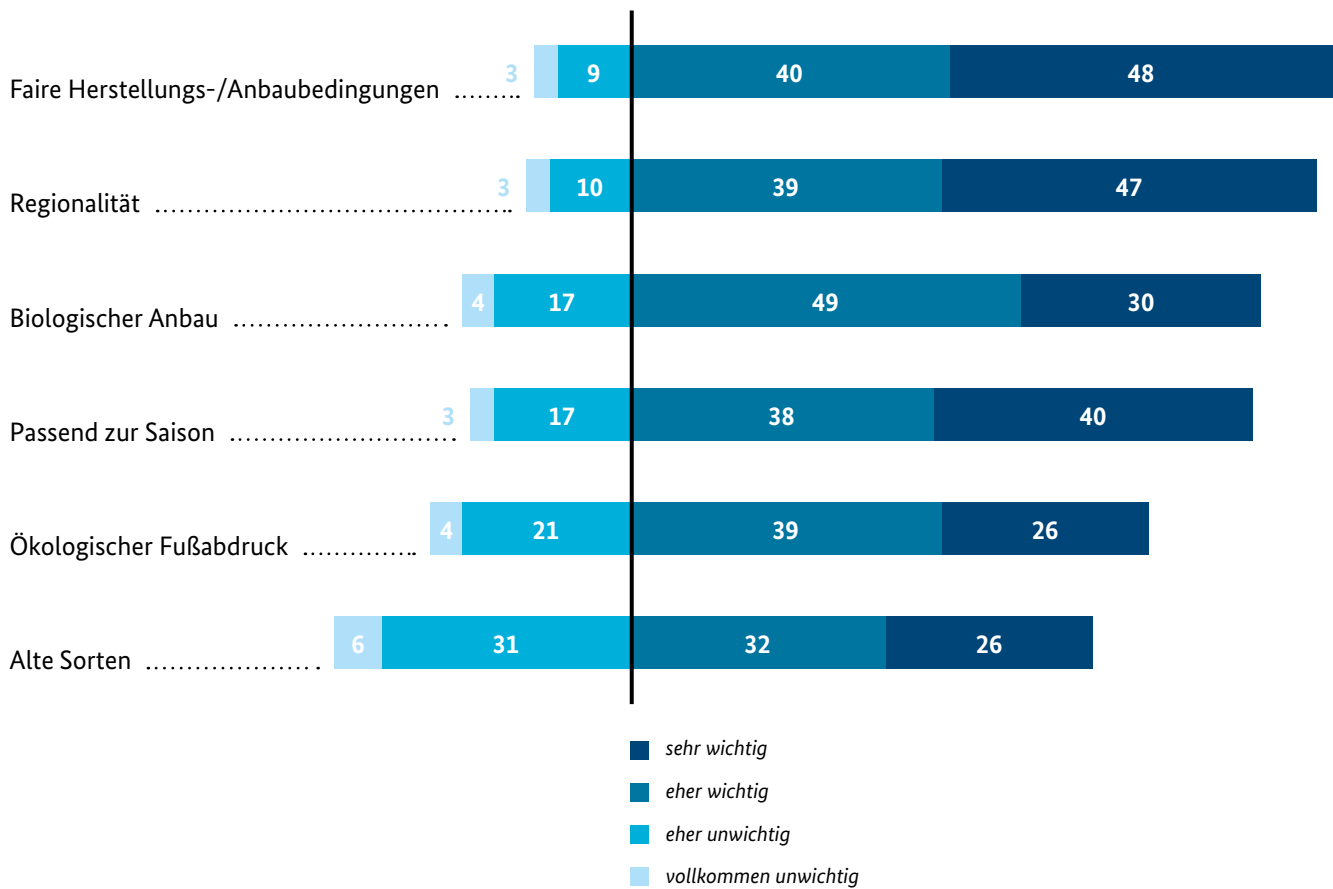
# 2

---

## Konsum von Lebens- mitteln, insbesondere von Biolebensmitteln



## Wichtige Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln: *Faire Produktion und Regionalität sind am wichtigsten, noch vor „Bio“.*



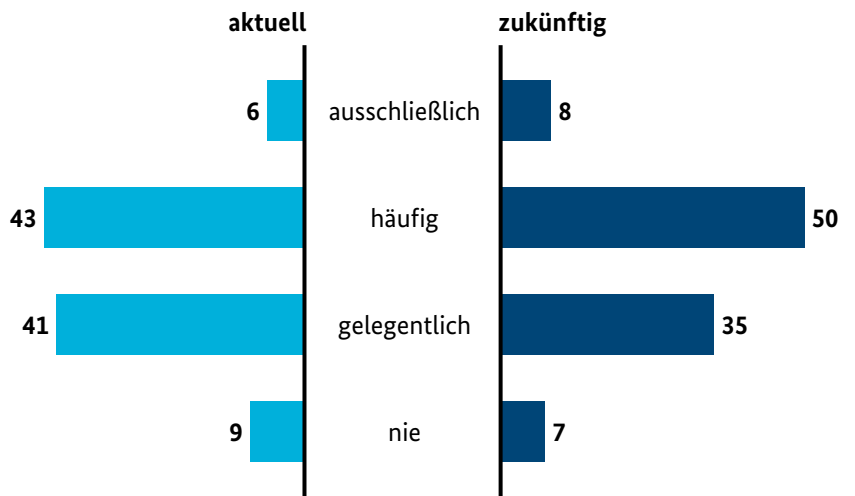
**?** Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte beim Einkauf von Lebensmitteln?

Angaben in Prozent;  
 n = 1.005;  
 an 100 fehlende Prozent: „weiß nicht“

Einkaufshäufigkeit von Biolebensmitteln – aktuell und zukünftig:  
*9 von 10 Befragten geben an, zumindest gelegentlich Bioprodukte zu kaufen.*

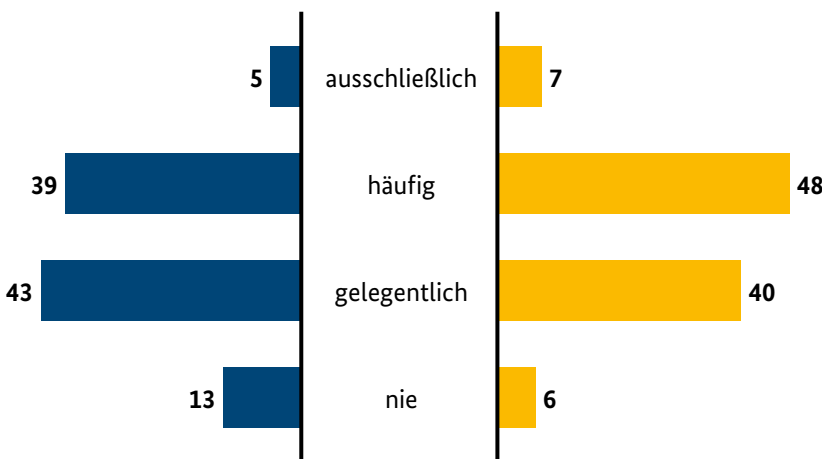
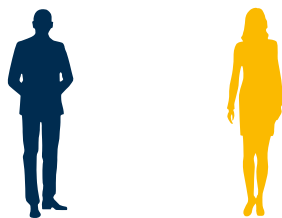
**?** Was schätzen Sie, wie häufig kaufen Sie derzeit Biolebensmittel ein?

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



Angaben in Prozent;  
 n = 1.005;  
 an 100 fehlende Prozent: „weiß nicht“

Einkaufshäufigkeit von Biolebensmitteln nach Geschlecht:  
*Mehr Frauen als Männer geben an, regelmäßig Biolebensmittel zu kaufen.*



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

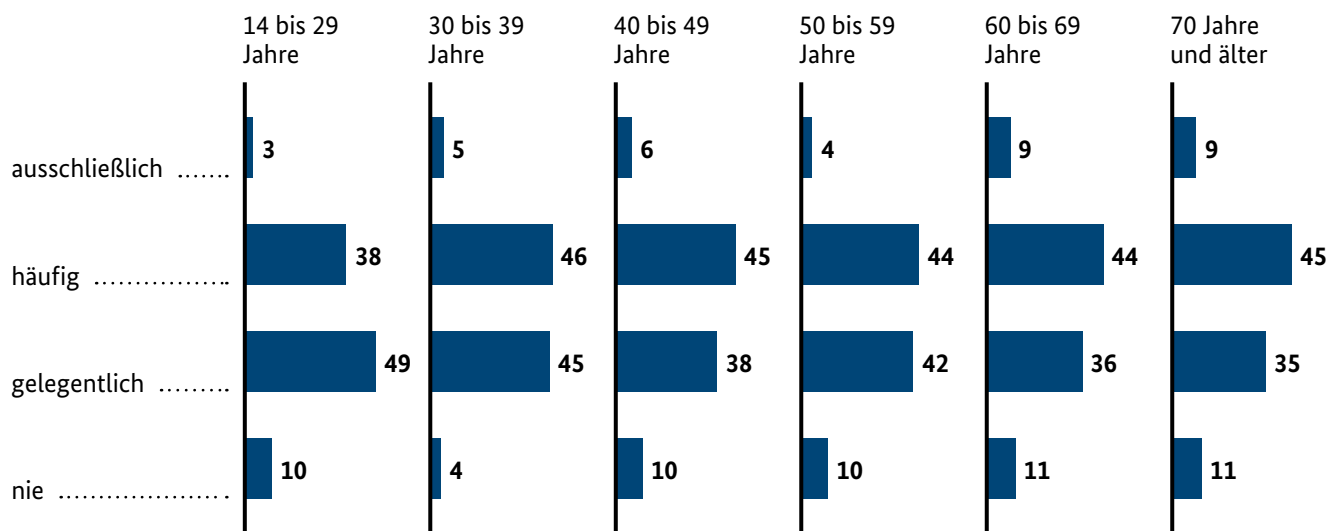
Angaben in Prozent;  
 n = 1.005;  
 Der Gesamtwert von 101 Prozent ergibt sich aus Rundungen der einzelnen Beträge.



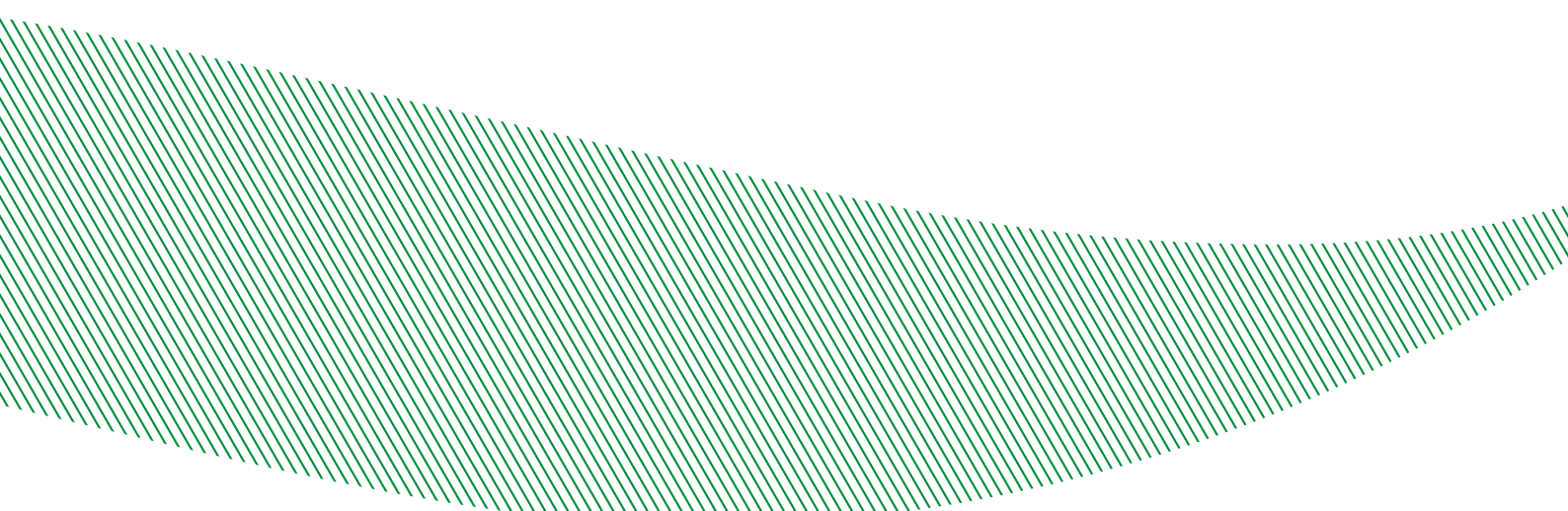
# Einkaufshäufigkeit von Biolebensmitteln nach Alter:

*Fast jede/r Zehnte ab 60 Jahren gibt an, ausschließlich Bio zu kaufen.*

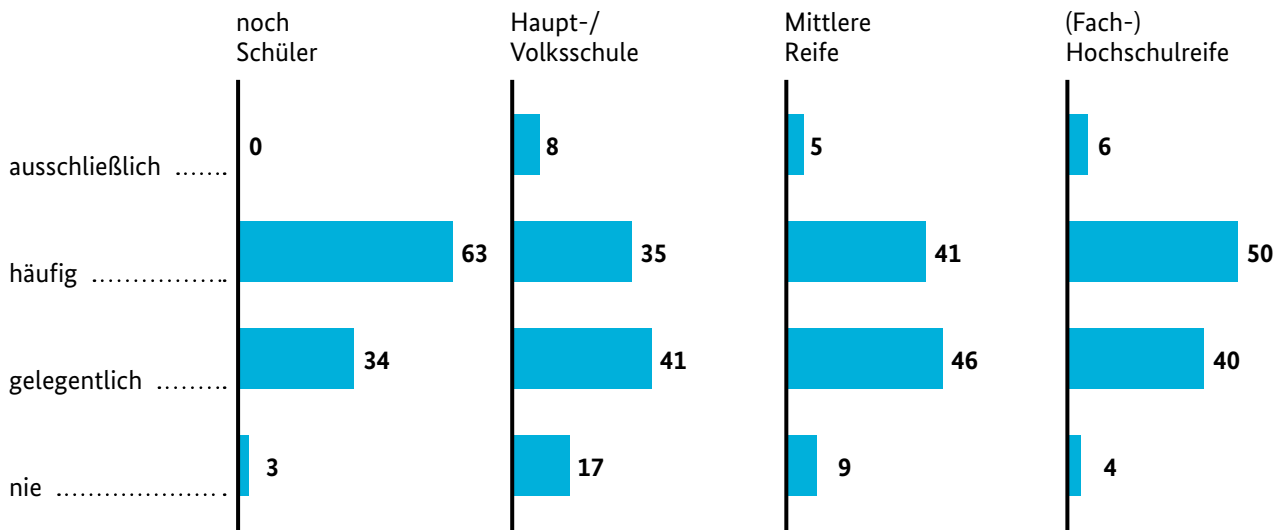
**?** Was schätzen Sie, wie häufig kaufen Sie derzeit Biolebensmittel ein?



Angaben in Prozent;  
 n = 1.005;  
 an 100 fehlende Prozent: „weiß nicht“



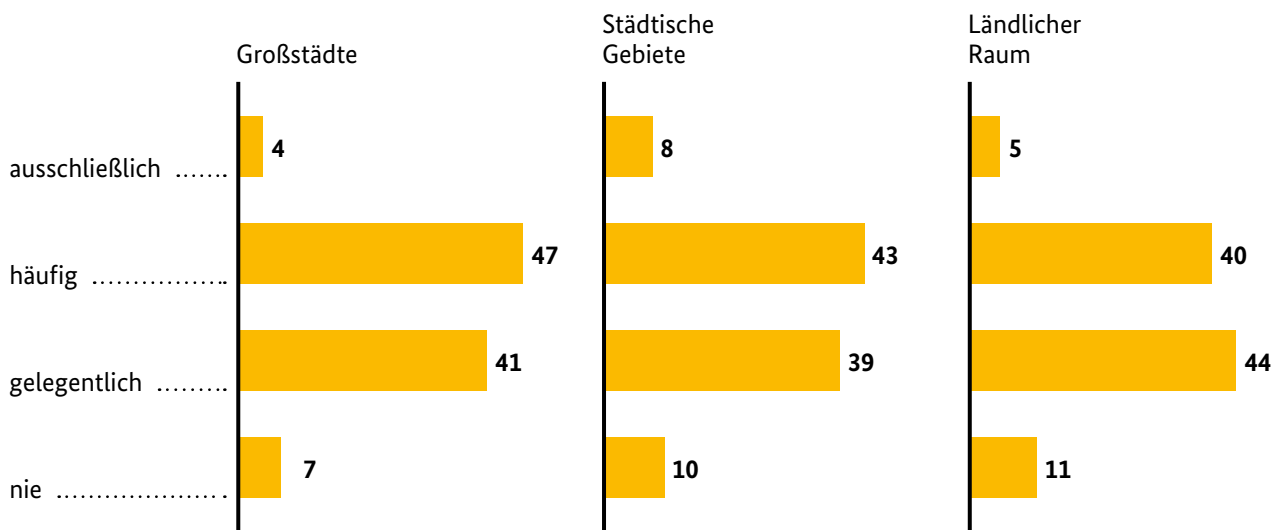
## Einkaufshäufigkeit von Biolebensmitteln nach Schulabschluss: Nicht nur höhere Bildungsschichten kaufen Bio, aber diese besonders häufig.



Angaben in Prozent;  
n = 1.005;  
Der Gesamtwert von 101 Prozent ergibt sich aus Rundungen der einzelnen Beträge.

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

## Einkaufshäufigkeit von Biolebensmitteln nach Stadt/Land: *Im ländlichen Raum wird tendenziell etwas seltener Bio gekauft.*



Angaben in Prozent;  
 n = 1.005;  
 an 100 fehlende Prozent: „weiß nicht“

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

## Häufigkeit des Erwerbs einzelner Biolebensmittel: *Bioeier und Biogemüse/-obst sind am konsequentesten nachgefragt.*

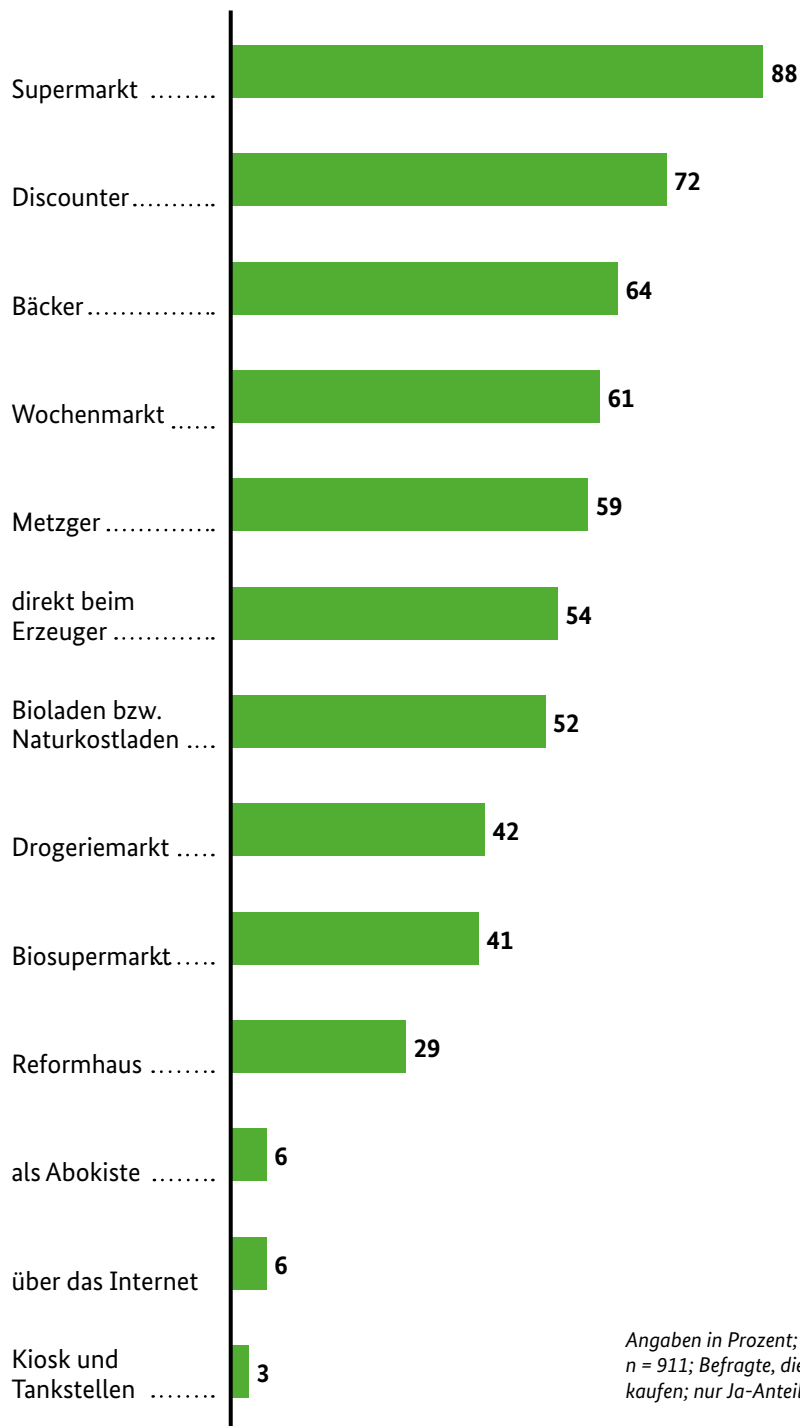


■ ausschließlich  
■ häufig  
■ gelegentlich  
■ nie  
■ kaufe ich generell nicht

**? Wie häufig erwerben Sie die folgenden Bioprodukte?**

Angaben in Prozent;  
 n = 911; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen;  
 an 100 Prozent Fehlende: „weiß nicht“

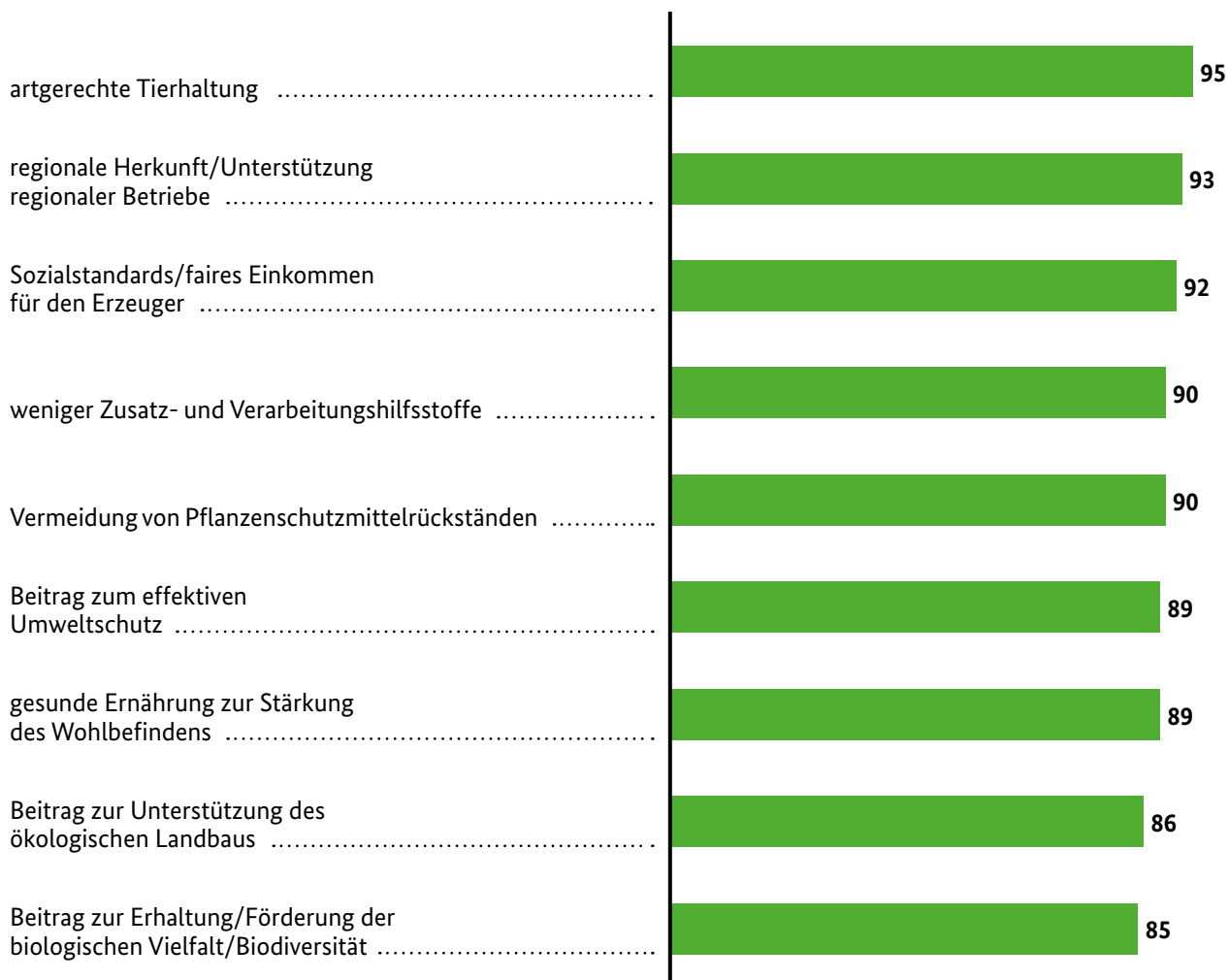
## Genutzte Orte zum Kauf von Biolebensmitteln: *Bio wird am häufigsten im Supermarkt gekauft.*



? **Wo kaufen Sie Bioprodukte?**

Angaben in Prozent;  
n = 911; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen; nur Ja-Anteil dargestellt, Mehrfachnennungen möglich

## Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln I: *Artgerechte Tierhaltung und regionale Herkunft sind am wichtigsten.*

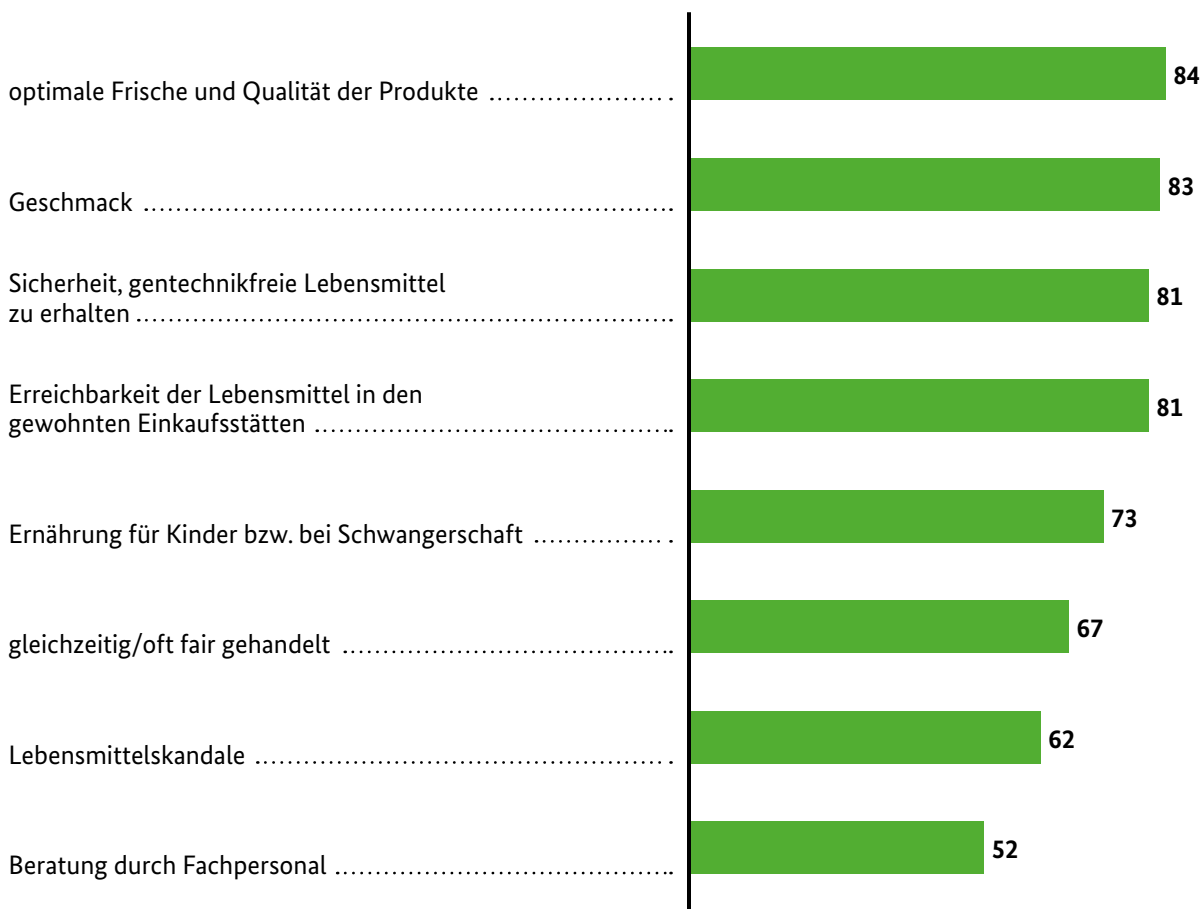


Angaben in Prozent;  
 n = 911; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen;  
 nur Ja-Anteil dargestellt

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

## Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln II: *Persönliche Beratung, Lebensmittelskandale und fairer Handel werden am seltensten genannt.*

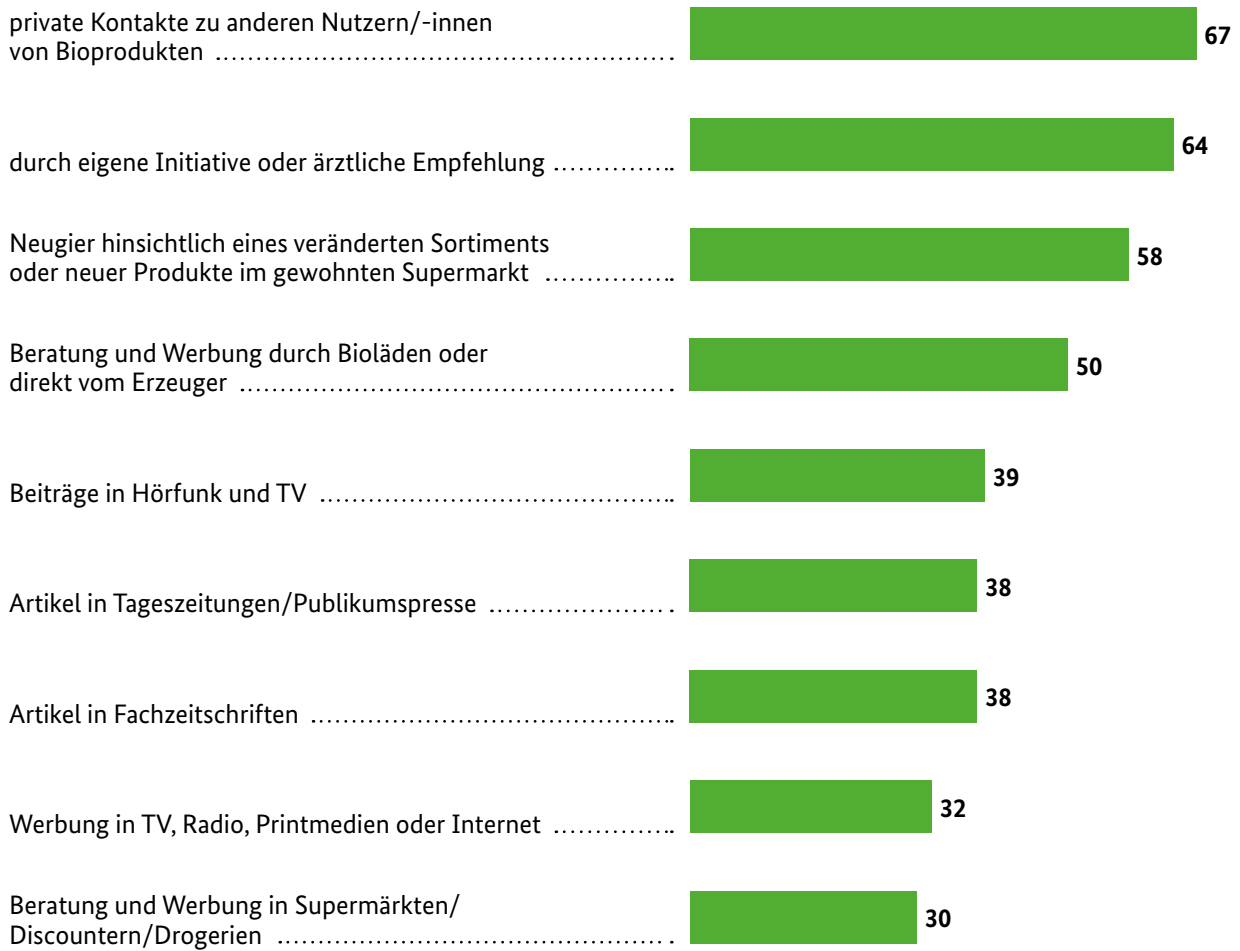
**? Was sind die Gründe, die Sie dazu  
 veranlassen, Bioprodukte zu kaufen?**



Angaben in Prozent;  
 n = 911; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen;  
 nur Ja-Anteil dargestellt

## Ursache für das Interesse an Biolebensmitteln: *Eigeninitiative und Empfehlungen führen zu Interesse an Bioprodukten.*

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



Angaben in Prozent;  
 n = 911; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen;  
 nur Ja-Anteil dargestellt



# 3

---

## **Ergebnistelegramm** *mit Vergleich zum Ökobarometer 2018*



## Ergebnistelegamm

### *Mehr als die Hälfte der Befragten gibt an, regelmäßig Biolebensmittel zu kaufen.*

- Unter ausgewählten **Kriterien des Lebensmitteleinkaufs** sind die faire Produktion und die Regionalität am wichtigsten. Je etwa neun von zehn Befragten erachten diese Merkmale als wichtig oder sehr wichtig. Auch der biologische Anbau wird als Einkaufskriterium noch von knapp 80 Prozent als wichtig oder sehr wichtig erachtet.
- Etwa die Hälfte der Befragten und damit mehr als 2018 bekunden mittlerweile einen regelmäßigen Erwerb von Bioprodukten.
- Im Bereich der **Bioprodukte** kaufen die Befragten nach eigenen Angaben am häufigsten Eier, Obst und Gemüse, gefolgt von Kartoffeln, Milchprodukten, Brotwaren und Fleisch- /Wurstwaren und Fisch. Süßwaren und (alkoholische) Getränke werden nach Angabe der Befragten nach wie vor nur selten in Bioqualität erworben, wenn auch mit leicht steigender Tendenz.
- **Gekauft** werden die Bioprodukte nach Angabe der Befragten am häufigsten im Supermarkt oder Discounter. Daneben wird auch der Einkauf auf Wochenmärkten, in Bäckereien und beim Metzger häufig genannt. Eine kleine Minderheit gibt an, Bioprodukte im Internet zu kaufen; dieser Anteil steigt jedoch seit einigen Jahren kontinuierlich.
- Artgerechte Tierhaltung und die Regionalität sowie Sozialstandards bzw. faires Erzeugereinkommen sind die wichtigsten **Gründe für den Kauf** von Biolebensmitteln. Als weitere wichtige Gründe geben die Befragten an, dass die geringere mögliche Belastung mit Pflanzenschutzmitteln und der reduzierte Einsatz von Zusatz- und Verarbeitungshilfsstoffen für ihre Nachfrage maßgeblich sind. Auch der persönliche Beitrag zum effektiven Umweltschutz und zur gesunden Ernährung ist für die breite Mehrheit bedeutsam.
- Dabei wird das **Interesse an Biolebensmitteln** vor allem im engeren persönlichen Umfeld durch private Kontakte und Eigeninitiative geweckt bzw. bestärkt.

# Vergleich zum Ökobarometer 2018

## *Der Konsum steigt leicht an, Ernährung für Kinder steht stärker im Fokus.*

→ **Häufigkeit des Biolebensmittelerwerbs insgesamt:**  
Im Jahr 2019 gibt fast die Hälfte der Befragten an, häufig oder ausschließlich Biolebensmittel zu kaufen, während dies 2018 nur 28 Prozent bekundeten. Ähnlich gestiegen sind auch die Zahlen für die beabsichtigte zukünftige Einkaufshäufigkeit von Biolebensmitteln.

→ **Häufigkeit des Erwerbs bestimmter Biolebensmittel:**  
Die Wahl der Biolebensmittel hat sich seit 2018 nur punktuell verändert. Die größten Veränderungen gibt es beim Kauf von Biobrotwaren und Biokartoffeln. Hier steigt der Anteil der Befragten, die diese Produkte „ausschließlich“ oder „häufig“ kaufen, um 13 bzw. 10 Prozentpunkte.

→ **Gründe beim Biolebensmittelkauf:**  
Im Jahr 2019 stehen ähnliche Kaufgründe im Fokus wie 2018. Die artgerechte Tierhaltung und die regionale Herkunft bleiben auch weiterhin die wichtigsten Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln. Fast alle der wichtigen Gründe werden nahezu unverändert genannt. Unter den weniger wichtigen Gründen sind vor allem der Geschmack, die Ernährung für Kinder bzw. bei Schwangerschaft und die Erreichbarkeit in den gewohnten Einkaufsstätten deutlich stärker im Fokus als 2018.

→ **Einkaufsortpräferenz:**

Die Wahl der Einkaufsorte des Biolebensmittelerwerbs hat sich nur gering verschoben. Nach wie vor steht der Supermarkt an erster Stelle. Die Zuwächse und Abnahmen schwanken lediglich von minus 3 Prozentpunkten (Supermarkt) bis plus 3 Prozentpunkte (Reformhaus).

→ **Gründe für das Interesse an Biolebensmitteln:**

Gegenüber 2018 werden aktuell vor allem die privaten Kontakte zu anderen Nutzern/-innen von Bioprodukten sowie Beiträge in Hörfunk, TV und Printmedien häufiger als Gründe für das Interesse an Biolebensmitteln genannt.

# 4

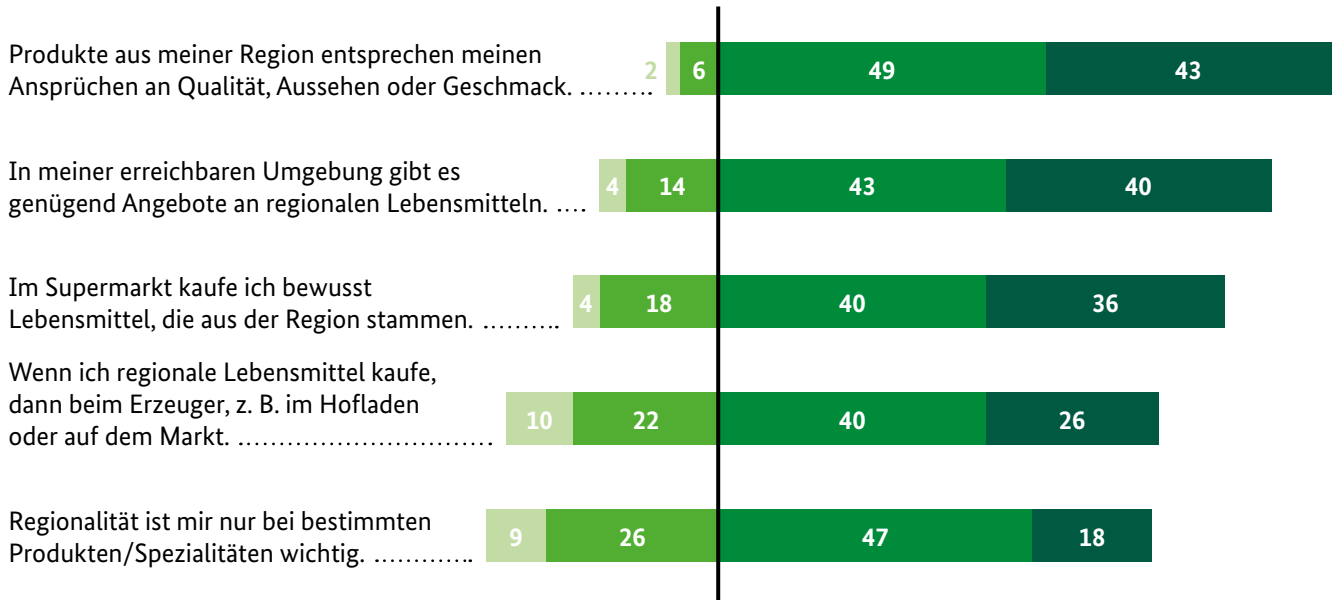
---

## Schwerpunktthema 2019

*Regionale Lebensmittel*



## Zustimmung zu Aussagen über regionale Lebensmittel: *Die Zufriedenheit mit der Qualität und der Verfügbarkeit ist hoch.*

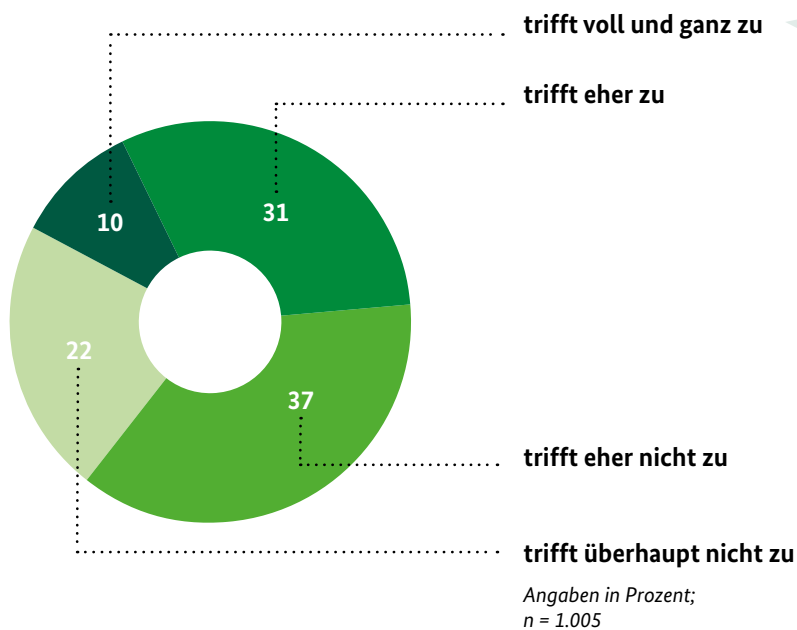


- trifft voll und ganz zu
- trifft eher zu
- trifft eher nicht zu
- trifft überhaupt nicht zu

**? Wie stark treffen folgende Aussagen auf Sie zu?**

Angaben in Prozent;  
 n = 1.005;  
 an 100 Prozent Fehlende: „weiß nicht, keine Angabe“;  
 Der Gesamtwert von 101 Prozent ergibt sich aus Rundungen der einzelnen Beträge.

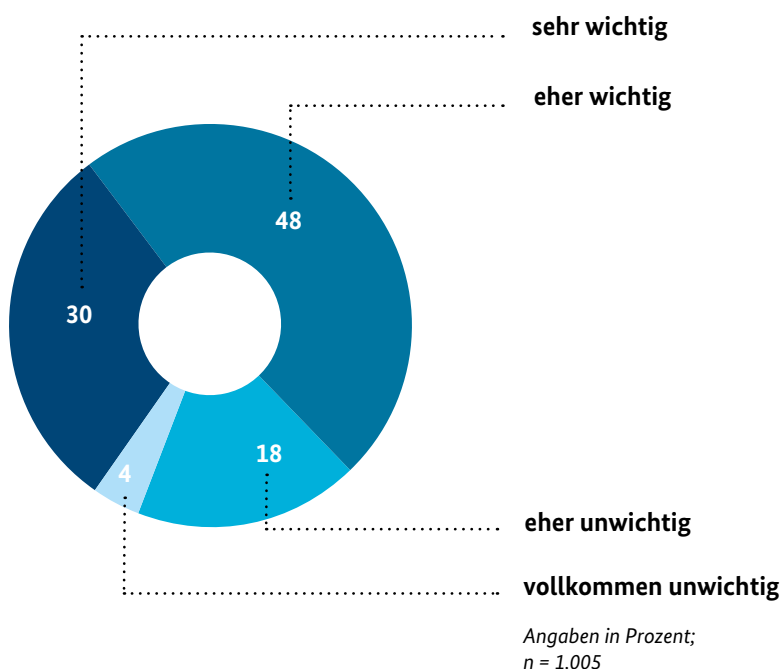
## Zustimmung zu Aussagen über regionale Lebensmittel: 4 von 10 Befragten finden den Preis (eher) zu teuer.



Die Altersgruppe zwischen 40 und 50 Jahren hat am ehesten Probleme mit dem Preis. Gut 20 Prozent in dieser Altersgruppe finden regionale Lebensmittel zu teuer.

? Wie stark trifft folgende Aussage auf Sie zu?  
Ich finde regionale Lebensmittel zu teuer.

## Präferenz für Biolebensmittel aus der Region: Für die Mehrheit ist Regionalität ein eher wichtiger oder sehr wichtiger Aspekt.



Am wichtigsten in den Altersgruppen zwischen 50 und 70 Jahren mit Anteilen von etwa 40 Prozent für „sehr wichtig“.

? Wie wichtig ist Ihnen bei Biolebensmitteln, dass diese aus der Region stammen?

## Ergebnistelegamm

### *Regionalität spielt sowohl bei konventionellen als auch bei Biolebensmitteln eine große Rolle.*

- Fast 80 Prozent der Befragten finden bei Biolebensmitteln wichtig oder sehr wichtig, dass diese aus der Region stammen.
- Dabei entsprechen die Produkte aus der Region den Ansprüchen der großen Mehrheit im Hinblick auf Qualität, Aussehen oder Geschmack.
- Im Supermarkt wählen etwa drei Viertel nach eigenem Bekunden bewusst regionale Lebensmittel. Zwei Drittel kaufen regionale Lebensmittel beim Erzeuger, z. B. im Hofladen oder auf dem Markt.
- Ebenfalls etwa zwei Drittel erachten Regionalität nur bei bestimmten Lebensmitteln als wichtig.
- Für gut 80 Prozent ist dabei das Angebot an regionalen Lebensmitteln in der erreichbaren Umgebung durchaus ausreichend.
- Etwa 40 Prozent der Befragten empfinden regionale Lebensmittel als zu teuer, davon stimmen 10 Prozent dieser Aussage voll und ganz zu.

**HERAUSGEBER**

Bundesanstalt für Landwirtschaft  
und Ernährung (BLE), Geschäftsstelle  
Bundesprogramm Ökologischer Landbau  
und andere Formen nachhaltiger  
Landwirtschaft (BÖLN)  
Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn  
Tel. +49 (0)228 6845-3280  
boeln@ble.de

**STAND**

Februar 2020

**GESTALTUNG**

design idee, büro für gestaltung, Erfurt

**TEXT, STUDIENDESIGN UND -DURCHFÜHRUNG**

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH, Bonn  
tippingpoints GmbH, Bonn

**DRUCK**

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), Bonn

**BILDNACHWEISE**

Titelseite und 24: Andrey/StockAdobe.com; Seite 2: Gut Obbach;  
Seite 3: Steffen Kugler/Bundesregierung

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

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

