

Einstellungen und Käuferprofile bei Bio-Lebensmitteln

Bestell-Nr. **K 121**

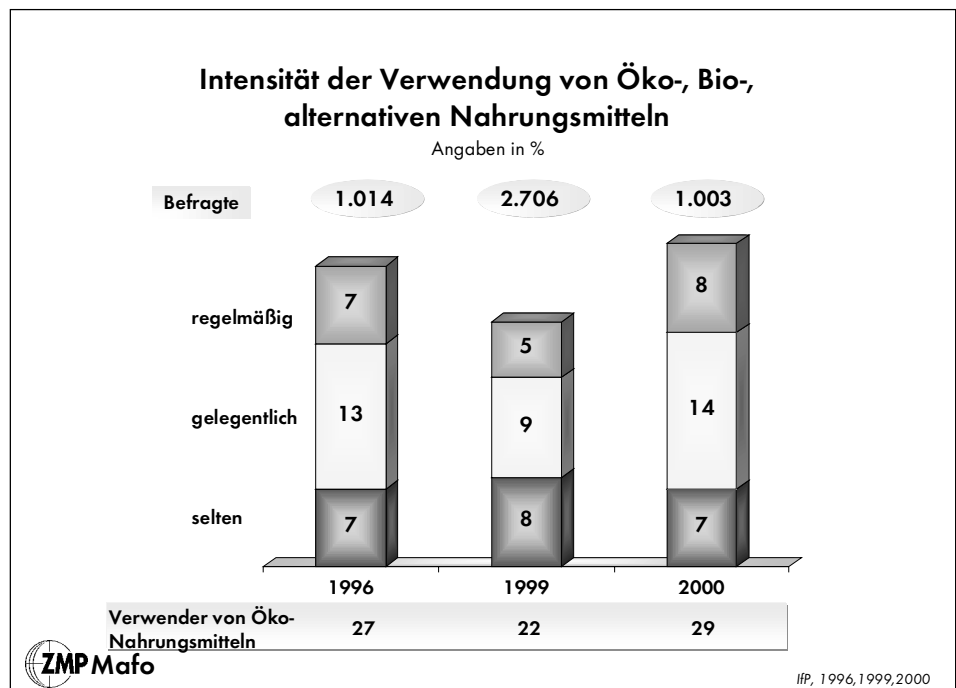
(Mi) 29% der Haushalte geben an, Ökoprodukte zu kaufen, und zwar 8% regelmäßig, 14% gelegentlich und 7% selten. Dies sind Ergebnisse aus einer aktuellen Untersuchung zum Thema Einstellungen und Käuferprofile bei Bio-Lebensmitteln. Hier einige **ausgewählte Highlights**:

- Den Anteil von Ökoprodukten an den Gesamtausgaben für Lebensmittel schätzten die im Jahre November 1999 befragten Verwender im Schnitt mit ca. 13% ein. Dies entspricht auf die Bevölkerung hochgerechnet einem Marktanteil von ca. 3% für Öko-Produkte. Trotz der Schwierigkeiten bei der Erhebung befindet sich dieser Wert in einem durchaus realistischen Korridor.
- Die meist genannten Ökoprodukte sind Eier. Auf den Rängen zwei bis fünf folgen Gemüse, Obst, Kartoffeln und Brot. Andere Untersuchungen zeigen, dass gerade bei losen Eiern oft Direktvermarktung mit „Öko“ gleichgesetzt wird, so dass hier von einem hohen Verwechslerteil ausgegangen werden muss.
- Zur Versorgung mit Öko-Produkten nutzt der Verbraucher im Schnitt zwei bis drei Einkaufsstätten. Für alle Käufer von Ökoprodukten sind dies hauptsächlich der Supermarkt, der Wochenmarkt und der Bio-, Naturkostladen. Interessant ist, dass die regelmäßigen Käufer andere Präferenzen bezüglich der Einkaufsstätte haben.
- Bei den Kaufmotiven stehen Gesundheitsaspekte zwar noch mit Abstand an erster Stelle, haben aber an Bedeutung gegenüber 1996 verloren. Der bessere, natürlichere Geschmack der Öko-Produkte rückt auf Rang zwei und liegt jetzt vor der Ablehnung der Chemie in der Landwirtschaft.

Schon vor der BSE-Krise beabsichtigten 82% der Befragten im Jahr 2001 mehr für Öko-Produkte auszugeben als bisher. Ihren Konsum deutlich steigern wollten immerhin 21%. Auch in früheren Befragungen wurden solch hohe Werte gemessen. Jedoch divergierten Absichten und Kaufentscheidungen angesichts von Preisdifferenzen bisher deutlich. Angesichts der BSE-Krise, der öffentlichen Diskussion über Nahrungsmittelsicherheit und den zu erwartenden politischen Weichenstellungen in Richtung ökologischer Landbau werden Öko-Produkte aber erheblich an Bekanntheit und Interesse gewinnen – beste Voraussetzungen dafür, dass im Jahre 2001 ein erheblich höherer Anteil von Konsumenten als in der Vergangenheit ihre Einkaufspläne in reale Kaufentscheidungen umsetzen.

Die Studie umfasst 48 Seiten und ist unter der Bestellnummer **K121** für 92,- Euro erhältlich. Ein Bezug der Untersuchung per Mail im PDF ist möglich. Bitte nutzen Sie für Ihre Bestellung die rückwärtige Seite.

29% der deutschen Haushalte geben an, "Öko" zu kaufen



Bestellformular

Hiermit bestelle(n) ich/wir die aktuellen Publikationen der ZMP-Marktforschung:

Bestell-Nr.	Titel	Bezugspreis (zzgl. MwSt.)
<input type="checkbox"/> K121	Einstellungen und Käuferprofile bei Bio-Lebensmitteln	92,- Euro
<input type="checkbox"/>	Publikationsliste	kostenlos



K121 Einstellungen und Käuferprofile bei Bio-Lebensmitteln

Bitte senden Sie Ihre Bestellung

per Fax: **0228 / 9777-179**

per Mail **Service@zmp.de**

oder Post an:

**ZMP Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für
Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungs-
wirtschaft GmbH
Rochusstr. 2**

53117 Bonn

Firma

Branche

Ansprechpartner

Straße

PLZ, Ort

Datum Unterschrift

E-Mail