



Biobarometer Schweiz 2018 - Was bewegt KonsumentInnen dazu, Bio zu kaufen?

Hanna Stolz, FiBL

Kennzeichnung Bioprodukte 2019

Frick, 14. März 2019

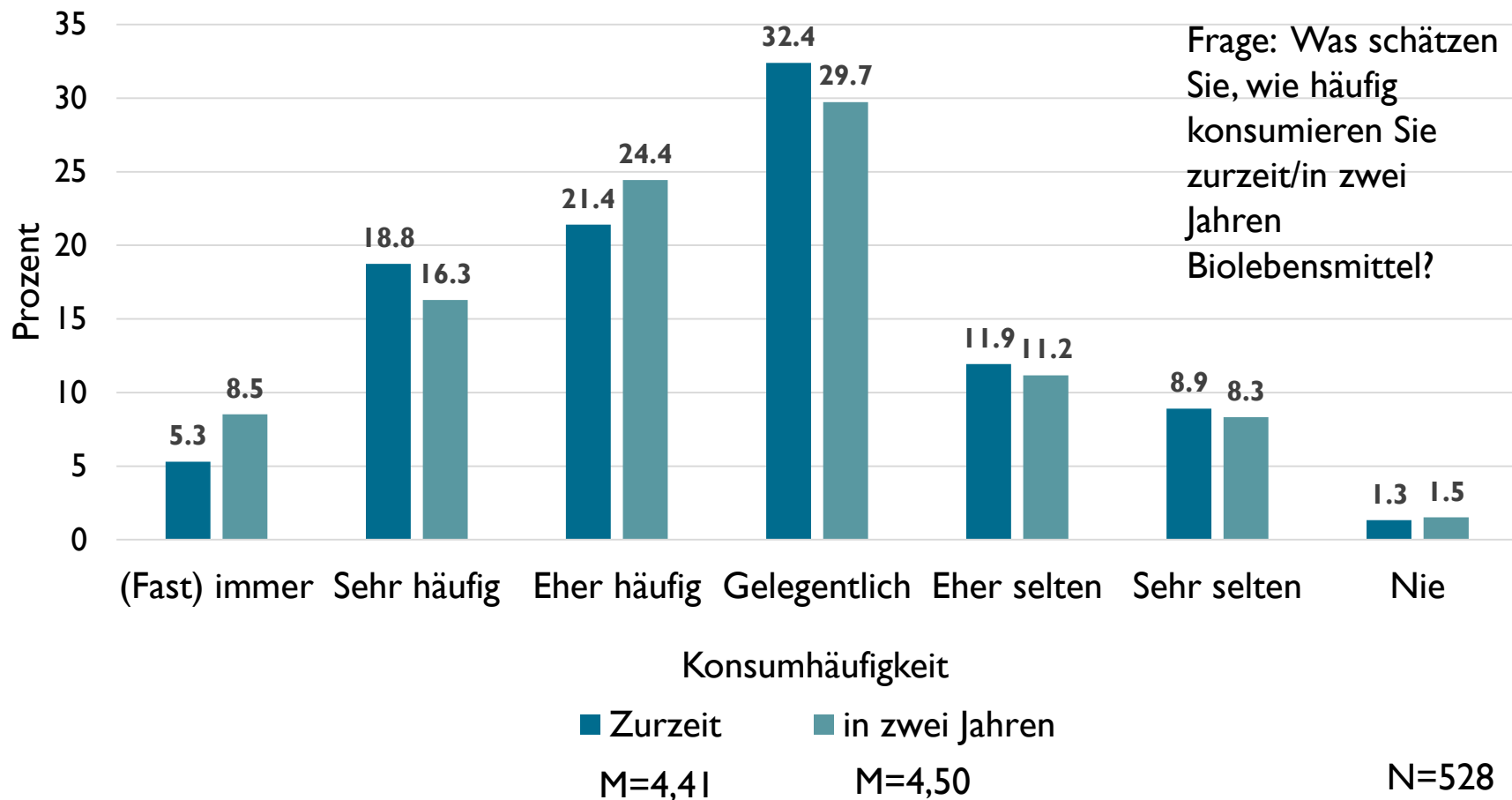
Biobarometer Schweiz

- Regelmässige Befragung von Konsumierenden zum Thema Biolebensmittel und Nachhaltigkeit
- Ziele:
 - Wer sind die Biokäufer in der Schweiz und worauf legen sie wert?
 - Untersuchung aktueller Konsumtrends und Veränderungen über die Zeit

Vorgehensweise

- Repräsentativbefragung in Deutsch- und Westschweiz
- Onlinefragebogen
- Consumer Panel LINK
- Datenerhebung im Oktober 2018
- N=528
- Datenauswertung: Deskriptive, bivariate und multivariate Statistik

Aktuelle und zukünftige Konsumhäufigkeit von Biolebensmitteln (in Prozent)



Wer sind die BiokäuferInnen?

- Biobarometer 2018: Sozio-demographische Merkmale
 - Menschen in städtischem Umfeld konsumieren signifikant häufiger Bio als Menschen in ländlichem Umfeld
 - Mit zunehmendem Bildungsabschluss steigt Biokonsumhäufigkeit signifikant
 - Mit zunehmendem Alter und Haushaltseinkommen steigt die Biokonsumhäufigkeit tendenziell
 - Frauen konsumieren tendenziell etwas häufiger Biolebensmittel als Männer
 - Konsumhäufigkeiten in Romandie und Deutschschweiz gleichen sich an

Zusammenhang zwischen Einstellungen und Biokonsumhäufigkeit

Einstellungen	Konsumhäufigkeit
Faktor 1: Umweltbewusst, ethisch, altruistisch	(Fast) immer / sehr häufig
Faktor 2: Gesundheitsbewusst, hohes Vertrauen in Bio, Informiert	(Fast) immer / sehr häufig Eher häufig / gelegentlich
Faktor 3: Hohe Zahlungsbereitschaft und Qualitätsorientierung	(Fast) immer / sehr häufig Eher häufig / gelegentlich

Spontane Assoziationen mit Biolebensmitteln

Offene Frage: Was verbinden Sie spontan mit Biolebensmitteln?

Positive Assoziationen

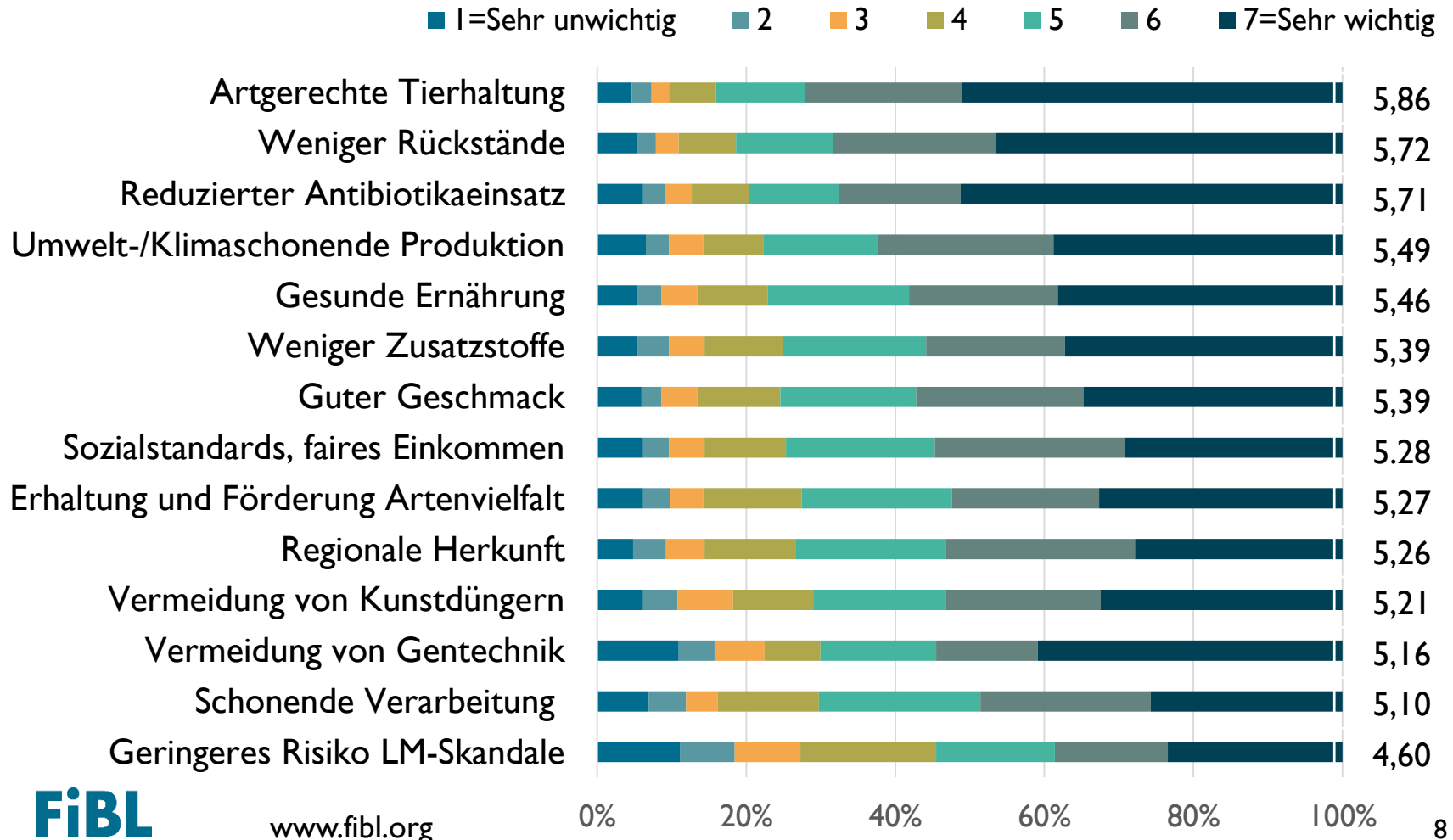
- Natürlich
- Keine Chemie/Pestizide
- Gesund
- Umweltschonend
- Tierhaltung
- Regional
- Unbehandelt

Negative Assoziationen

- Teuer

Relevanz einzelner Kaufmotive (in Prozent)

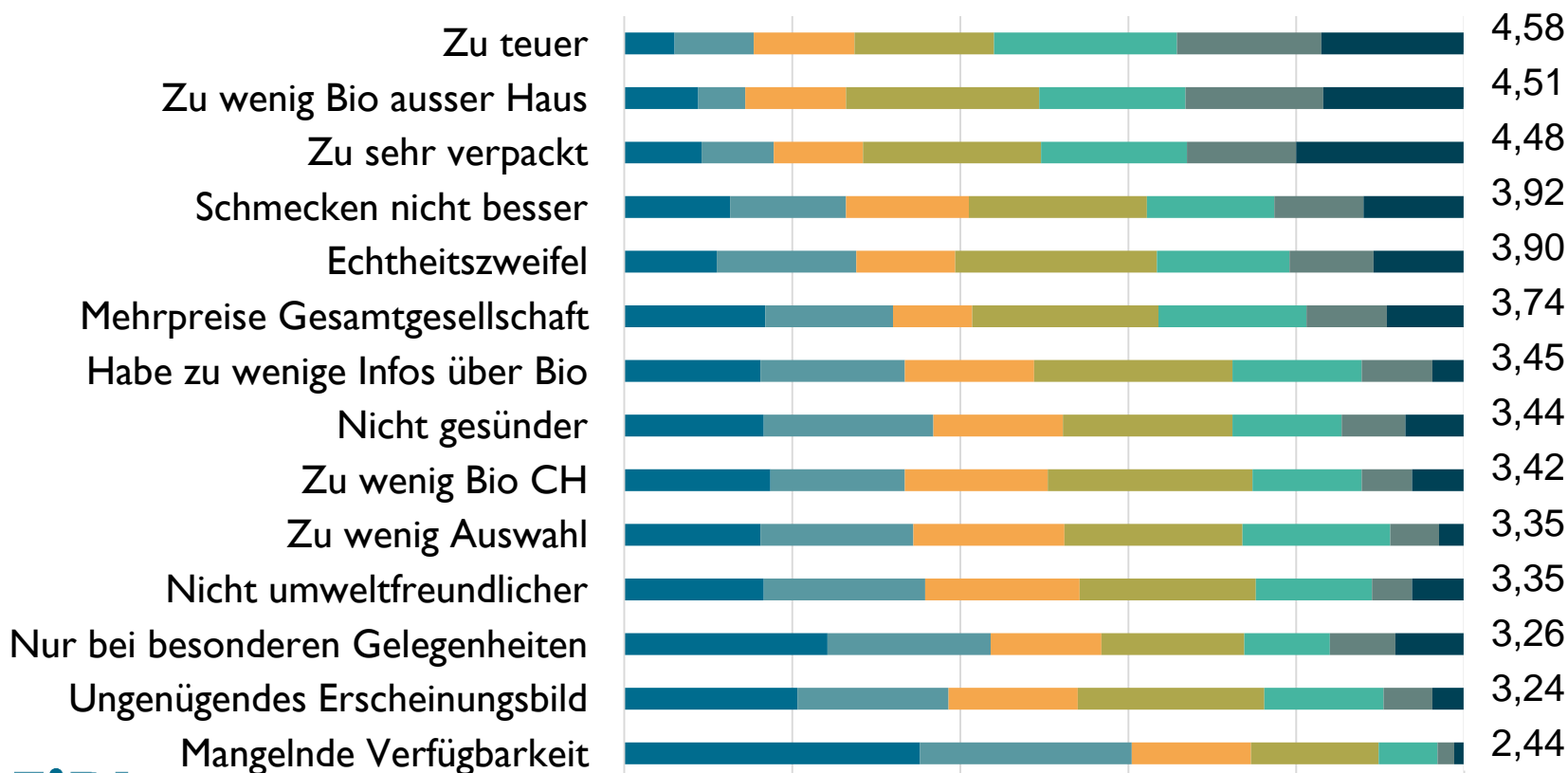
Frage: Wie wichtig bzw. unwichtig ist das jeweilige Motiv für Sie, wenn Sie Biolebensmittel einkaufen?



Relevanz Kaufbarrieren für Biolebensmittel (in Prozent)

Frage: Wie sehr stimmen Sie den Aussagen zu, die gegen den Kauf von Biolebensmitteln sprechen?

■ 1=Stimme überhaupt nicht zu ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7=Stimme vollkommen zu



Fazit

- Bio weiterhin auf Wachstumskurs
- Kommunikation: Umwelt- und klimafreundlich, natürlich, ethisch, vertrauenswürdig, gesund und rückstandsfrei (regional)
- Fokus der Kommunikation auf Werte und Wertschätzung, statt auf Mehrpreisen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Kontakt

Dr Hanna Stolz

Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL

Ackerstrasse 113 / Postfach 219

5070 Frick

Schweiz

Telefon +41 62 8650-413

Fax +41 62 8657-273

hanna.stolz@fibl.org

info.suisse@fibl.org

www.fibl.org