

Jugend vertraut dem staatlichen Siegel

Bio-Verbände müssen Premium-Image neu erklären

Das Vertrauen der Verbraucher ist das höchste Gut der Bio-Branche. In der langen Geschichte von Bio als Teil der Umweltbewegung konnte Vertrauen wachsen. So haben ältere Verbraucher beispielsweise die BSE-Zeit miterlebt – inklusive der großen staatlichen Werbekampagne für das Bio-Siegel. Aber was wissen die Menschen heute, 15 Jahre später, noch über Bio? Vertrauen junge Menschen diesem System? In einer repräsentativen Befragung bei 1.698 deutschen Verbrauchern haben wir das Vertrauen in Bio untersucht. Per Online-Erhebung gaben Konsumenten rund 20 Minuten lang über ihr Wissen und ihre Einstellungen bei Bio Auskunft. Die große Stichprobe ermöglicht es, gezielt Unterschiede zwischen jungen Menschen unter 30 Jahren (342 Befragte) und allen übrigen älteren Probanden herauszuarbeiten.

Erfundenes Siegel erfolgreich

Ein erster Teil der Studie umfasst das Wissen über verschiedene Bio-Zeichen. Wir haben die verschiedenen Siegel vorgelegt – darunter ein Fake-Label – und

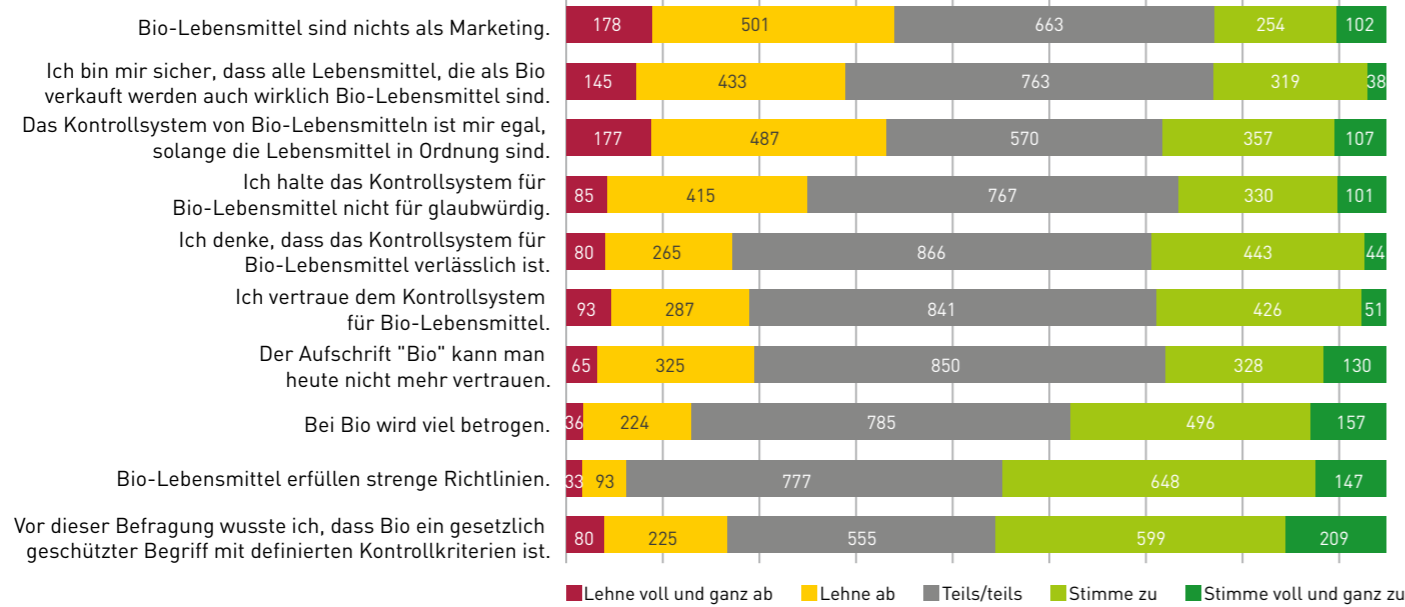
den Bekanntheitsgrad abgefragt. Die Ergebnisse sind in der Breite für alle Zeichen – außer dem deutschen Bio-Siegel und dem Bioland-Zeichen – ernüchternd (siehe Grafik 1). Das erfundene Fake-Zeichen ist genauso präsent wie das EU-Siegel. Demeter und Naturland liegen sogar dahinter. Nur das deutsche Bio-Siegel ist wirklich breit bekannt: 92 Prozent der Verbraucher kennen es. Bioland ist das zweitbekannteste Label und erreicht einen Bekanntheitsgrad von 54 Prozent vor dem EU-Logo mit 43 Prozent und Demeter mit 42 Prozent. Betrachtet man speziell die jüngeren Befragten, so zeigen sich interessante Unterschiede. Sie kennen die staatlichen Bio-Zeichen besser, die Label der Bio-Verbände aber nicht so gut wie die älteren Konsumenten. Besonders groß ist die Abweichung bei Demeter: Demeter kennen nur 30 Prozent bei den jungen, aber 45 Prozent bei den älteren Befragten. Die Jungen fallen auch häufiger auf das Fake-Siegel herein. Gefragt, auf welches Zeichen die Konsumenten beim Einkauf bewusst achten, wird die zentrale Bedeutung des deut-

schen Bio-Siegels für die breite Bevölkerung noch deutlicher. Bioland wird von 18 Prozent der Deutschen als relevantes Zeichen bewertet. Es zeigen sich dabei beachtliche Unterschiede zwischen älteren und jüngeren Befragten: Für die Jungen sind die staatlichen Zeichen relevanter, die Label der Bio-Verbände weniger wichtig als bei den älteren Befragten. Unterschiede zwischen den Altersgruppen in der Einkaufsintensität bei Bio konnten wir übrigens nicht feststellen.

Jugend gibt Vertrauensvorschuss

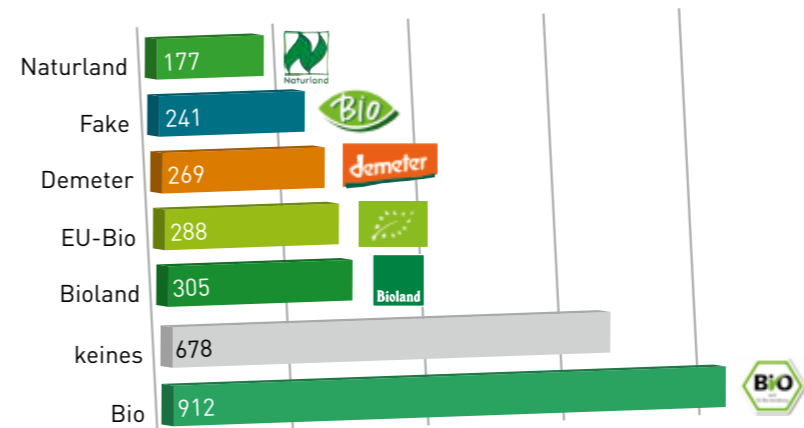
Bio ist ein Vertrauensgut, da die Verbraucher den Unterschied am Produkt nicht selbst überprüfen können. Daher haben wir auch das Vertrauen in die verschiedenen Label erhoben. Gut die Hälfte (56 Prozent) der Befragten vertraut dem staatlichen, nationalen Bio-Siegel. Demeter gewinnt bei dieser Frage im Vergleich dazu. Knapp 30 Prozent der Deutschen vertrauen Demeter, 27 Prozent vertrauen Bioland. Sehr große Unterschiede zwischen den Altersgruppen gibt es beim Vertrauen in das deutsche Bio-Siegel:

Nun interessieren uns Ihre Ansichten zu Bio-Lebensmitteln



N = 1698

Auf welche Siegel achten Sie bewusst beim Lebensmitteleinkauf?



Hier sagen 70 Prozent der unter 30-Jährigen, aber nur 52 Prozent der Älteren, dass sie diesem Zeichen vertrauen. Umgekehrt sind Abweichungen wiederum bei Demeter, dem Zeichen vertrauen nur 22 Prozent der unter 30-Jährigen. Bei Bioland gibt es keine Altersdifferenzen.

Mit weiteren Fragen wurden dann einzelne Elemente des Verbrauchervertrauens erfragt. 21 Prozent der Befragten sind sich sicher, dass Bio drin ist, wo Bio drauf steht, 34 Prozent glauben das nicht, 45 Prozent sind unsicher. Bei der etwas weniger strengen Frage danach, ob das Bio-Kontrollsystem verlässlich ist, wird die Zustimmung mit 28,7 Prozent etwas besser. Allerdings denken mit 38,4 Prozent noch mehr Verbraucher, dass bei Bio viel betrogen wird. Landwirte, die sich den aufwändigen, regelmäßigen Bio-Kontrollen unterziehen müssen, dürften angesichts dieser Werte frustriert sein. Interessant ist, dass jüngere Verbraucher ein höheres Vertrauen in Bio haben als ältere. Damit hatten wir nicht unbedingt gerechnet. Bei fast allen der in Grafik 2 aufgezeigten Fragen sind die jüngeren Verbraucher weniger skeptisch. Sie glau-

ben deutlich seltener, dass bei Bio betrogen wird.

Oberflächliches Wissen

Insgesamt wird ein Vertrauensdefizit für Bio deutlich. Es wird Zeit für eine neue staatliche Bio-Kampagne. Die Altersvergleiche zeigen, dass junge Menschen in Deutschland ein höheres Vertrauen in Bio haben. Sie kennen den Begriff Bio und die staatlichen Bio-Siegel. Sie fallen aber auch häufiger auf das von uns eingebaute Fake-Zeichen herein. Ihr Wissen ist oberflächlicher. Dazu passt, dass sie die Verbandszeichen und insbesondere Demeter weniger kennen und diesen Zeichen auch etwas weniger vertrauen. Hier müssen die Bio-Verbände nacharbeiten, wenn sie sich auch bei den jungen Kunden als Premium-Bio positionieren wollen. Eine Vertrauenskampagne für die Verbandszeichen, speziell für die Zielgruppe der unter 30-Jährigen, wäre sinnvoll.

Achim Spille und Antje Risius

Lehrstuhl für Lebensmittel- und Agrarmarketing, Georg-August-Universität Göttingen

Verbraucher wollen besser informiert

Landwirtschaftsministerium legt Ernährungsreport 2018

Mehr als 80 Prozent der deutschen Konsumenten wünschen sich mehr Informationen auf der Lebensmittelverpackung. Sie wollen dort etwas über die Haltungsbedingungen der Tiere erfahren und ob das Produkt fair, umweltverträglich, mit oder ohne Gentechnik hergestellt worden ist. Dies ist eines der Ergebnisse einer Umfrage unter gut 1.000 Bürgern und Bürgerinnen, die das Bundeslandwirtschaftsministerium beim Marktforschungsinstitut Forsa beauftragt hatte. Entstanden ist daraus der Ernährungsreport 2018, den Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt Anfang Januar vorgestellt hat.

Generell orientieren sich die Verbraucher beim Einkauf gerne an Etiketten und Siegeln auf dem Produkt. Die Aussage „Ich orientiere mich an bestimmten Siegeln“ findet seit der ersten Befragung 2015 mehr Zustimmung (von 33 auf 41 %). Zunehmend beachten die Konsumenten auch Bio-Siegel (von 47 auf 51 %). Auf Tierwohl-label schauen sie dagegen seltener als im Vorjahr. Was kaum verwunderlich ist: Das von Schmidt mit viel Aplomb angekündigte staatliche Tierwohl-label ist 2017 in der Versenkung verschwunden.

Drei Viertel der Konsumenten wollen allerdings genau das: ein staatliches Tierwohl-label auf der Verpackung tierischer Produkte, das offiziell bescheinigt, dass die Tiere besser leben durften als gesetzlich vorgeschrieben. 90 Prozent der Befragten wären bereit, für Fleisch und Wurst aus guter Tierhaltung mehr zu bezahlen. Nach ihren Erwartungen an die Landwirtschaft befragt, nennen mehr Verbraucher (66 %) die „artgerechte Tierhaltung“ als die „Qualität der Produkte“ (62 %).

Die Verbraucher wünschen sich insgesamt und mit großer Mehrheit mehr Transparenz bei den Lebensmitteln, die sie kaufen. Das bezieht sich auf Herkunft, Tierhaltung, Sozial- und Umweltaspekte. Die Daten des Ernährungsreports machen dies mehreren Stellen deutlich. Die letzte Bundesregierung hatte genau das im Koalitionsvertrag zugesagt. Es ist bei einer Ankündigung geblieben.