

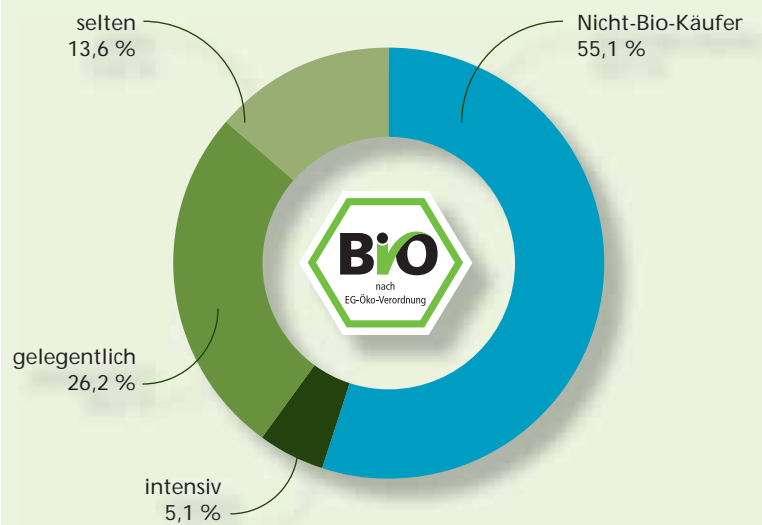
Bio-Käufer  
haben einen  
gesünderen Lebensstil

## Ernährungs-, Gesundheitsverhalten und Kaufmotive von Bio-Käufern

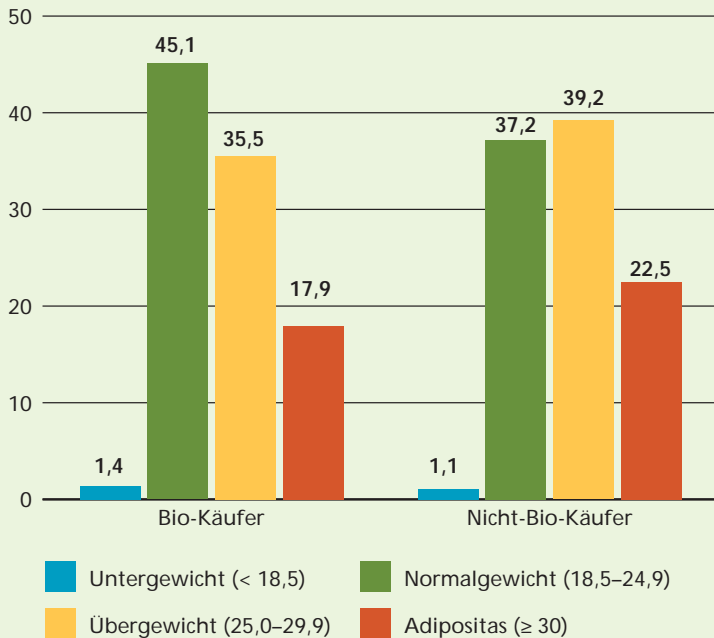
Friederike Wittig (Karlsruhe), Anette Cordts (Göttingen), Marianne Eisinger-Watzl (Karlsruhe), Achim Spiller (Göttingen), Ingrid Hoffmann (Karlsruhe)

Ob Bio-Käufer gesünder leben, lies sich bisher nicht eindeutig beantworten. Vor diesem Hintergrund wurden auf Basis der repräsentativen Daten der Nationalen Verzehrsstudie II mehr als 13.000 Personen, die angaben, Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung zu kaufen oder nicht zu kaufen, hinsichtlich ihres Ernährungs- und Gesundheitsverhaltens sowie der Kaufmotive verglichen. Das Projekt fand im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau (BÖL) statt. Es wurde am Max Rubner-Institut und an der Universität Göttingen durchgeführt.

Abb. 1: Prozentuale Aufteilung der Käufergruppen



**Abb. 2: Prozentuale Aufteilung der Bio-Käufer und Nicht-Bio-Käufer nach BMI (Body-Mass-Index)**



Die Nationale Verzehrsstudie II (NVS II), die in den Jahren 2005 bis 2007 am Max Rubner-Institut in Karlsruhe durchgeführt wurde, ist die derzeit umfangreichste Erhebung zum Lebensmittelverzehr sowie Ernährungsverhalten in Deutschland. Daneben wurden anthropometrische Daten wie Körpergröße und -gewicht, allgemeine Beschreibungsmerkmale wie Alter und Geschlecht sowie Informationen über Ernährungsgewohnheiten, Lebensstil und den allgemeinen Gesundheitszustand erhoben. Von den für die vorliegende Untersuchung herangezogenen 13.074 Teilnehmern der NVS II im Alter von 18 bis 80 Jahren gaben 55 % an, keine Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung zu kaufen (Nicht-Bio-Käufer). Von den 45 %, die Bio-Lebensmittel kaufen, sind 5 % Intensivkäufer, 26 % Gelegenheitskäufer und 14 % Seltenkäufer (Abb. 1).

### Wer sind Bio-Käufer?

Käufer von ökologisch erzeugten Lebensmitteln sind häufiger Frauen als Männer. Junge Erwachsene im Alter von 18 bis 24 Jahren zeigen das geringste Interesse am Bio-Kauf. Bei den Bio-Käufern sind (anteilsmäßig) weniger Ältere (65–80 Jahre) im Vergleich zu den Nicht-Bio-Käufern vertreten. Auffallend ist jedoch, dass sich der größte prozentuale Anteil dieser Altersgruppe unter den Bio-Intensivkäufern findet.

Die Auswertung nach Schichtzugehörigkeit (ermittelt aufgrund von Ausbildungsgrad, beruflicher Stellung und Haushaltsnettoeinkommen) belegt, dass 60 % aller Bio-Käufer den oberen sozialen Schichten angehören, während es bei den Nicht-Bio-Käufern 44 % sind. Dennoch gibt es in allen sozialen Schichten Bio-Käufer, sogar in allen drei Kaufintensitäten.

Bio-Käufer fallen auch durch ihr Gesundheitsverhalten positiv auf: Sie sind häufiger körperlich aktiv, Nichtraucher, normalgewichtig und schätzen ihren Gesundheitszustand häufiger als sehr gut bis gut ein. Es finden sich zwar auch bei den Bio-Käufern Personen mit zu hohem Körpergewicht, allerdings deutlich seltener als bei den Nicht-Bio-Käufern (Abb. 2).

Personen, die ökologisch erzeugte Lebensmittel kaufen, sind mehr an Ernährungsthemen interessiert und weisen größere Ernährungskennntnisse auf als Nicht-Bio-Käufer. Zudem sehen Bio-Käufer bestimmte Verfahren der Lebensmittelherstellung wie Bestrahlung und Gentechnik als kritisch an und haben häufiger Bedenken gegenüber Gesundheitsgefährdungen wie Rauchen, Radioaktivität, Verkehr und Rückständen in Lebensmitteln. Auf die Frage, welche Kriterien für den Kauf von Lebensmitteln von Bedeutung sind, nennen Bio-Käufer häufiger Aspekte wie artgerechte Tierhaltung, Fair Trade, Gentechnikfreiheit oder Saisonalität.

### Wie ernähren sich Bio-Käufer?

Der Vergleich der Daten zum Lebensmittelverzehr zeigt, dass Bio-Käufer mehr Obst und Gemüse, jedoch weniger Fleisch und Wurstwaren sowie Süßwaren und Limonade konsumieren als Nicht-Bio-Käufer. Gemessen an den Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (10 Regeln der DGE) weisen Bio-Käufer eine günstigere Lebensmittelauswahl auf. Bei der Zufuhr an Nährstoffen spiegelt sich der Lebensmittelverzehr wider: Bio-Käufer erreichen die Empfehlungen für die Zufuhr von vielen Nährstoffen (D-A-CH-Referenzwerte) eher als Nicht-Bio-Käufer.

Für eine umfassende Bewertung der Lebensmittelauswahl auf Basis von Ernährungsmustern wurde ein Healthy Eating Index (HEI-NVS) gebildet. Hierbei wurde der Verzehr zehn relevanter Lebensmittelgruppen mit den Empfehlungen der DGE verglichen und diese zusammenfassend bewertet. Für eine Ernährung, die den Empfehlungen entspricht, konnte eine maximale Indexsumme von 110 Punkten erreicht werden. Entsprechend der verzehrten Menge einzelner Lebensmittel nicht den Empfehlungen der DGE, wurden entsprechende Punkte abgezogen.

Auch diese Bewertung der Kost zeigt, dass sich Bio-Käufer durch eine günstigere Lebensmittelauswahl auszeichnen. Daneben ist ersichtlich, dass Bio-Käufer mit einer höheren Kaufintensität eine insgesamt günstigere Ernährung aufweisen als solche mit einer geringeren Kaufintensität. Diese Ergebnisse konnten bei beiden Geschlechtern beobachtet werden (Abb. 3).

Es zeigt sich auch das Zusammenspiel von Ernährungs-, Gesundheitsverhalten und Lebensstil: Je günstiger das Ernährungsverhalten der Bio-Käufer, umso höher ist der Anteil an sportlich Aktiven, Nichtrauchern sowie Personen mit sehr guten bzw. guten Ernährungskennntnissen.

### Was motiviert Bio-Käufer zum Kauf?

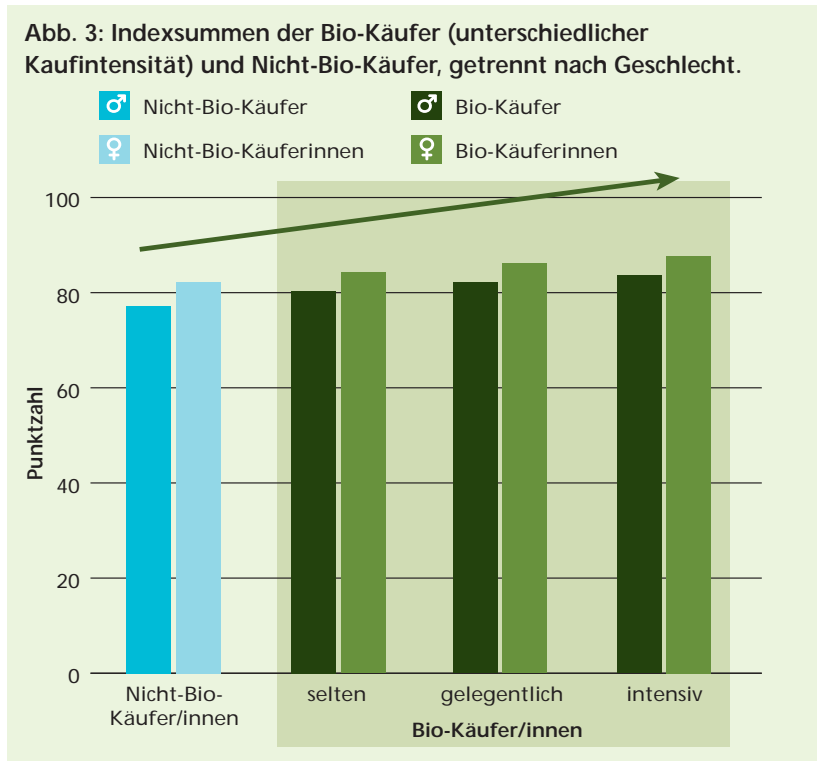
Um zu untersuchen, welche Faktoren die Kaufintensität von Bio-Produkten beeinflussen, wurde eine Kausalanalyse (Partial-Least-

Squares-(PLS-)Pfadmodellierung<sup>1</sup>) durchgeführt. Es zeigt sich, dass psychographische Merkmale wie Motive beim Kauf von Lebensmitteln einen erheblich höheren Einfluss auf den Bio-Kauf nehmen als soziodemographische Charakteristika wie Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen und Wohnort.

Die wichtigsten Treiber für den Bio-Kauf sind eine positive Einstellung zu Bio-Produkten und altruistische Kaufmotive wie artgerechte Tierhaltung, keine Gentechnik und Fair Trade. Auch die Bedeutung verschiedener Nahrungsinhaltsstoffe für die Befragten sowie das Informationsverhalten zum Thema Ernährung stellen relevante Einflussfaktoren dar. Wem Convenience-Aspekte wichtig sind, zum Beispiel die Erhältlichkeit der Lebensmittel im nahegelegenen Laden, leichtes Öffnen der Verpackung oder geringes Verpackungsgewicht, greift weniger oft zu Bio-Lebensmitteln. Wichtige soziodemographische Einflussgrößen, die sich positiv auf den Kauf ökologisch erzeugter Lebensmittel auswirken, sind: Weibliches Geschlecht, hohe Bildung und hohes Einkommen sowie ein Wohnort im süddeutschen Raum.

### Was lässt sich daraus schließen?

Durch die Auswertung der Daten der NVS II bezüglich des Kaufs ökologisch erzeugter Lebensmittel konnten Bio-Käufer facettenreich charakterisiert werden: Sie ernähren sich gesünder und weisen insgesamt einen gesundheitlich besser zu bewertenden Lebensstil auf als Nicht-Bio-Käufer. Außerdem sind ihnen bei dem Kauf von Lebensmitteln altruistische Werte wichtig, genauso Aspekte einer gesunden Ernährung. Durch diese Untersuchung steht erstmals auf Basis der Daten der NVS II eine umfangreiche Charakterisierung der Bio-Käufer zur Verfügung, die durch eine zielgruppenspezifische Ansprache dazu genutzt werden kann, den Absatz ökologisch erzeugter Lebensmittel weiter zu fördern. ■



M. Sc. Friederike Wittig, Dr. Mari-  
anne Eisinger-Watzl, Prof. Dr. Ingrid  
Hoffmann, Max Rubner-Institut, Insti-  
tut für Ernährungsverhalten, Haid-und-Neu-Str. 9, 76131  
Karlsruhe. E-Mail: [friederike.wittig@mri.bund.de](mailto:friederike.wittig@mri.bund.de)



M. Sc. Anette Cordts, Prof. Dr. Achim  
Spiller, Georg-August-Universität  
Göttingen, Department für

Agrarökonomie und Rurale Entwicklung,  
Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte,  
Platz der Göttinger Sieben 5,  
37073 Göttingen.

» Info:

Das Projekt wurde vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau (BÖL) gefördert. Einen ausführlichen Bericht finden Sie unter: Hoffmann I, Spiller A: Auswertung der Daten der Nationalen Verzehrsstudie II (NVS II): eine integrierte verhaltens- und lebensstilbasierte Analyse des Bio-Konsums. Internet: <http://orgprints.org/18055/>

<sup>1</sup> Entwickelt vom Institut für Industrielles Management der Universität Hamburg

© Franz Pfluegl - Fotolia.com

