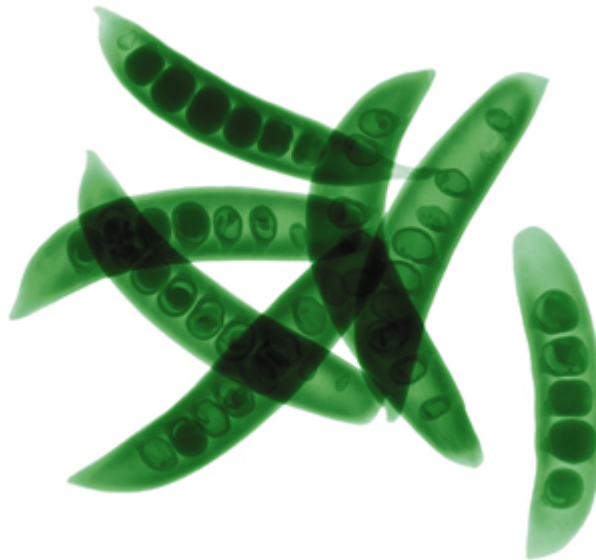


Akzeptanz von Bio-Lebensmitteln bei der ländlichen Bevölkerung



Januar 2008

von

**Juliane Barten, B.Sc. (agr.)
Frederik von Bremen, B.Sc. (agr.)
Marcel Gerds, B.Sc. (agr.)**



Managment Summary

„Bio“ aus Sicht der ländlichen Bevölkerung

- ❖ klare Definitionen von „bio“ sind in bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Interviews nicht bekannt oder es wird ihnen nicht getraut
- ❖ „bio“ bedeutet für die Zielgruppe eine Nachvollziehbarkeit des Produktionsprozesses „am besten vom Bauern um die Ecke“ oder aus dem eigenen Garten
- ❖ „bio“ gilt als kaum bezahlbar für Normalverdiener und alleinstehende Personen
- ❖ Bio-Käufer sind mit positiven oder neutralen Eigenschaften belegt – „bio“ ist Trend

Der ländliche Garten

- ❖ Gärten der Zielgruppe sind in der Regel Nutzgärten und haben eine große soziale und produktionstechnische Bedeutung
- ❖ andere Gärten im Dorf werden allerdings oft mit „Erholung“ in Verbindung gebracht

Die ländliche Bevölkerung ist berechtigterweise eine weniger interessante Zielgruppe für die Vermarkter ökologisch erzeugter Lebensmittel.

Inhalt

1 Projektrahmen und Untersuchungsdesign



2 „Bio“

2.1 Semantisches Umfeld von „bio“

2.2 „Bio“ ist mehr Gefühl und Glaube als Wissen

2.3 „Bio“ wird vor allem als kostspielig empfunden

2.4 Beispiele aus den Ergebnissen des Ballon-Tests



3 Käufer von Bio-Lebensmitteln

3.1 Semantisches Umfeld von „Käufer von Bio-Lebensmitteln“

3.2 Beispiel aus den Ergebnissen des Psychodrawing-Tests



4 Garten

4.1 Semantisches Umfeld von „Garten“

4.2 Der Garten ist wesentlicher Bestandteil des täglichen Erlebens

4.3 Das Verhältnis zum Garten ist ambivalent



5 Schlussfolgerung



Anhang

1 Projektrahmen und Untersuchungsdesign



Ziel

Im Rahmen von Einzelinterviews sollen Erkenntnisse zur Akzeptanz von Bio-Lebensmittel in der ländlichen Bevölkerung gewonnen werden. Bisher ist dies eine weitestgehend unbetrachtete Zielgruppe, da auf Grund der Vermutung einer Substitution mittels eigener Gärten oder ähnliches keine Relevanz für den Markt gesehen wurde. Die Zielfrage lautet: Kann diese Hypothese bestätigt werden oder hat sich die Situation gewandelt, wenn sie jemals existierte?

Zielgruppe

- ❖ Teilnehmerinnen und Teilnehmer entstammen der Gruppe der alteingesessenen, ländlichen Bevölkerung außerhalb des Neubrandenburger „Speckgürtels“

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- ❖ wohnen derzeit in einem Dorf mit rund 1.200 Einwohnern
- ❖ Alter zwischen 38 und 78 Jahre

2.1 Semantisches Umfeld von „bio“ I



Produktionsweise

- natürlicher Anbau
- schwieriger Anbau
- kontrollierter Anbau
- herkömmliche Produktion
- vorschriftsmäßig produziert
- keine Massenproduktion
- nicht hochgepöppelt
- gesundes Wachstum
- nicht genmanipuliert
- ohne Konservierungsstoffe
- ohne Zusatzstoffe
- keine Farbstoffe

Produktionsort

- anerkannter Bauernhof/Produktionsstätte
- großer Garten mit viel Obst
- eigener Garten
- heimische Verarbeitung
- Bauer um die Ecke
- schöner Hof

Bio

Tierhaltung

- artgerechte Lebenshaltung von Schlacht- oder Nutztvieh
- Tiere sind draußen

Düngemittel und Pflanzenschutz

- Pferdedung
- Dungdüngung
- keine mineralischen Düngemittel
- ohne Haufen Düngemittel
- ohne Kunstdünger
- Brennesselsud
- nicht soviel Künstliches zum Düngen und Spritzen
- Maden und Kartoffelkäfer absammeln
- ohne Spritzmittel
- keine Schädlingsbekämpfungsmittel
- Keine Chemie
- nicht zuviel Chemie
- keine Schadstoffe

2.1 Semantisches Umfeld von „bio“ II



Einkaufsort

- Naturkostladen
- Bioecken in Supermärkten
- Bauer um die Ecke

Produkte

- Vollkorn
- natürliche Lebensmittel
- ungespritzte Lebensmittel
- gesunde Nahrungsmittel

Moral

- gutes Gewissen beim Essen

Ästhetik

- keine schönen leckeren Äpfel
- ein paar Schründen und Löcher
- nicht so ansehnlich
- mit Maden

Preis

- nicht bezahlbar
- herstellungsbedingt teurer
- Einkommen reicht nicht
- keine normalen Preise
- dickes Portmonee nötig
- gut, aber überteuert

Bio

Siegel

- Sechseck Signum
- Demeter

Verhalten

- Leben
- gut und gesund leben
- richtige Ernährung
- in der Natur sein

Überzeugung

- gibt existiert nicht
- ist nicht möglich
- bio ist heute Trend
- undeutliche Definition

natürlich

- Natur
- Natur pur

2.2 „Bio“ ist mehr Gefühl und Glaube als Wissen



„Bio ist eigentlich das Leben.“

„Dieses Sechseck Signum mit Bio drauf, das soll ja richtig Bio sein...“

„Die sollen ja angeblich nur wenig oder keine mineralischen Düngemittel einsetzen, aber ich kann das nicht ganz glauben.“

„Bio meint, dass ich nicht mit Fit erst noch meine Apfelsinen abscheuern muss und dass ich die auch so nach einfachem Abwaschen wagen kann zu essen.“

„Bio existiert nicht.“

„Generell bedeutet bio, keine Chemie einzusetzen, aber dann hätten die Amis die Kartoffelkäfer nicht abwerfen sollen, dann hätte es vielleicht geklappt.“

„Am besten vom Bauern gleich um die Ecke.“

2.3 „Bio“ wird vor allem als kostspielig empfunden



„Also ein Normalsterblicher kann sich Bio nicht leisten.“

„Es ist nach wie vor das Problem, dass es nicht zu bezahlen ist für die große Masse.“

„Bioprodukte sind wirklich gut, aber eben zum Teil auch überteuert.“

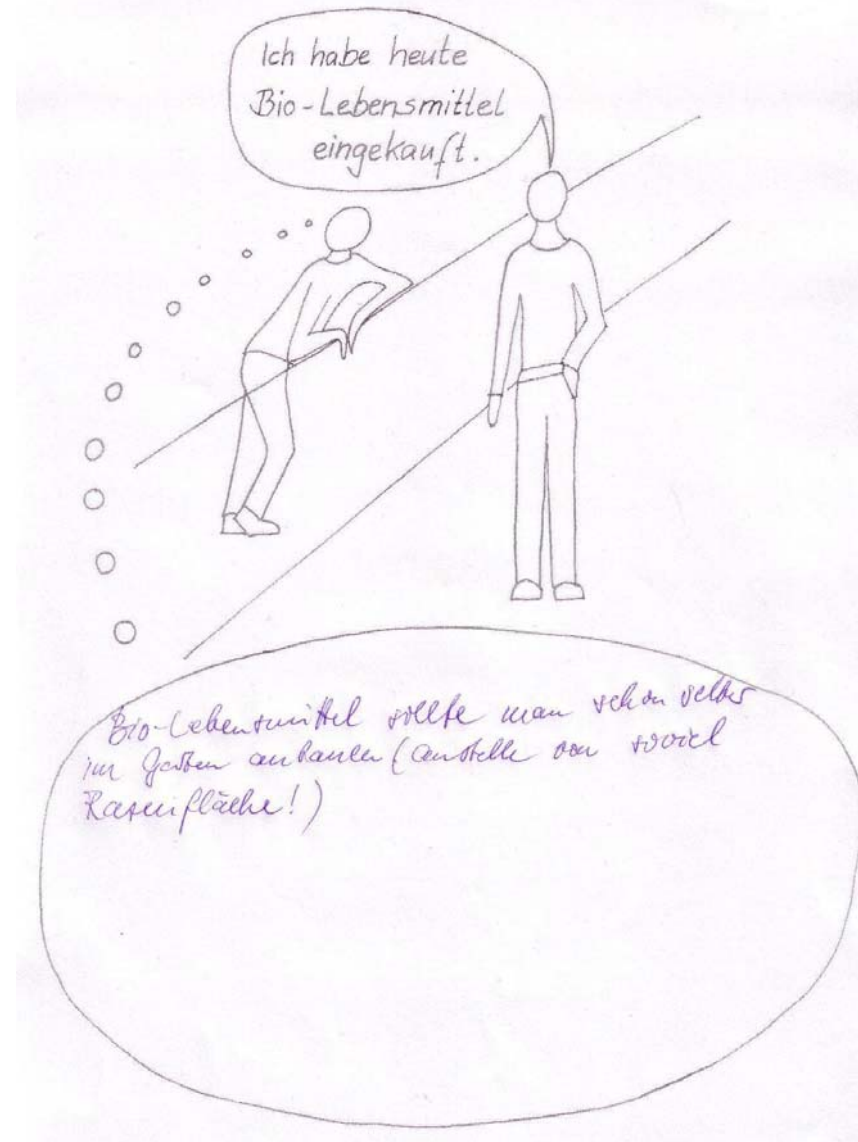
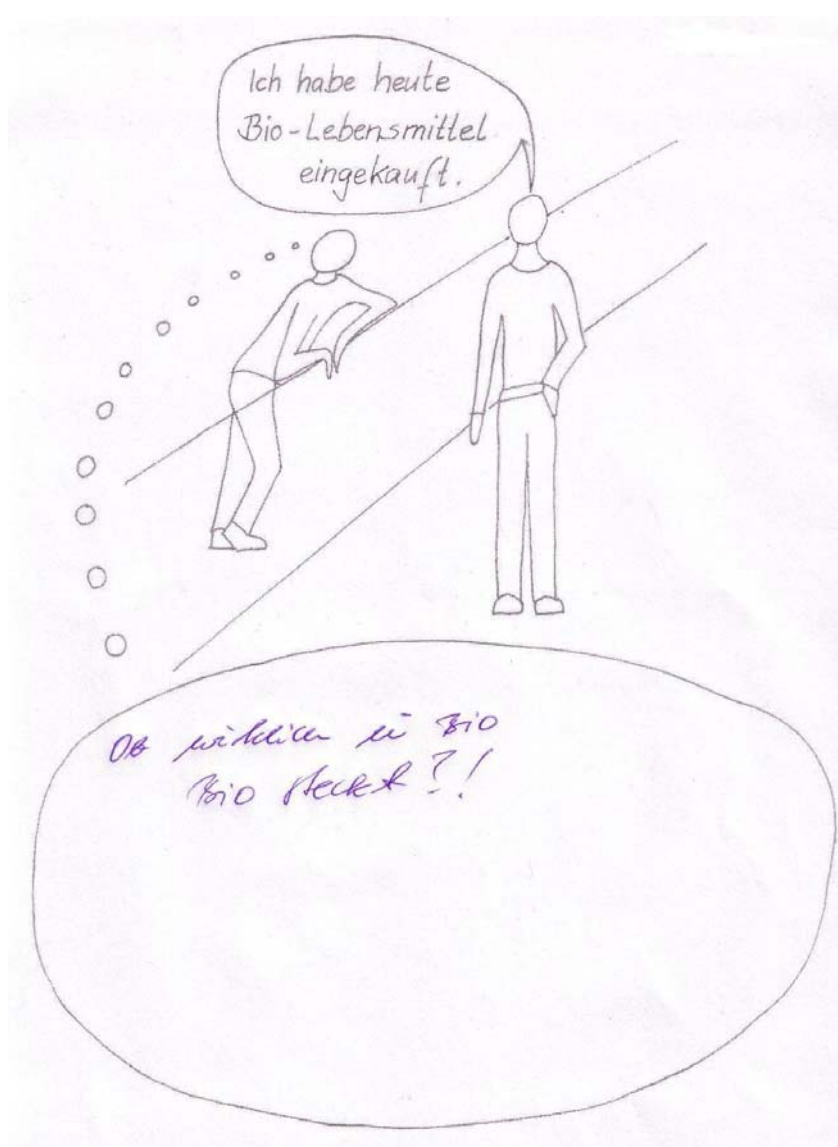
„Ich kann es mir leisten in den Bioladen zu gehen.“

„Jeder kauft so ein, wie er es sich leisten kann.“

„Wir sind ja zu zweit und da reicht das immer noch, das Einkommen für Bio-Lebensmittel.“



2.4 Beispiele aus den Ergebnissen des Ballon-Tests



3.1 Semantisches Umfeld von „Käufer von Bio-Lebensmitteln“



keine Besonderheiten

- ganz normaler Mensch
- aus allen Schichten
- es gibt keinen besonderen Typ
- heute kann es jeder sein
- keine äußerlichen Merkmale

Aussehen

- bäuerlich
- schlank
- gut beweglich
- sportlich
- gesundes Aussehen
- früher an Hanfklamotten erkennbar

Produkte

- Obst
- Gemüse
- Brot
- Käse
- Lebensmittel

Werte

- nicht zu teuer
- gut gelagerte Waren
- Gesundheitsbewusstsein
- nur das „Beste“ für die Familie und für sich
- ernährungs- und gesundheitsbewusst
- großzügig
- mitfühlend

Der typische Bio-Lebensmittelkäufer

Einkommen

- kann sich Bio leisten
- einigermaßen

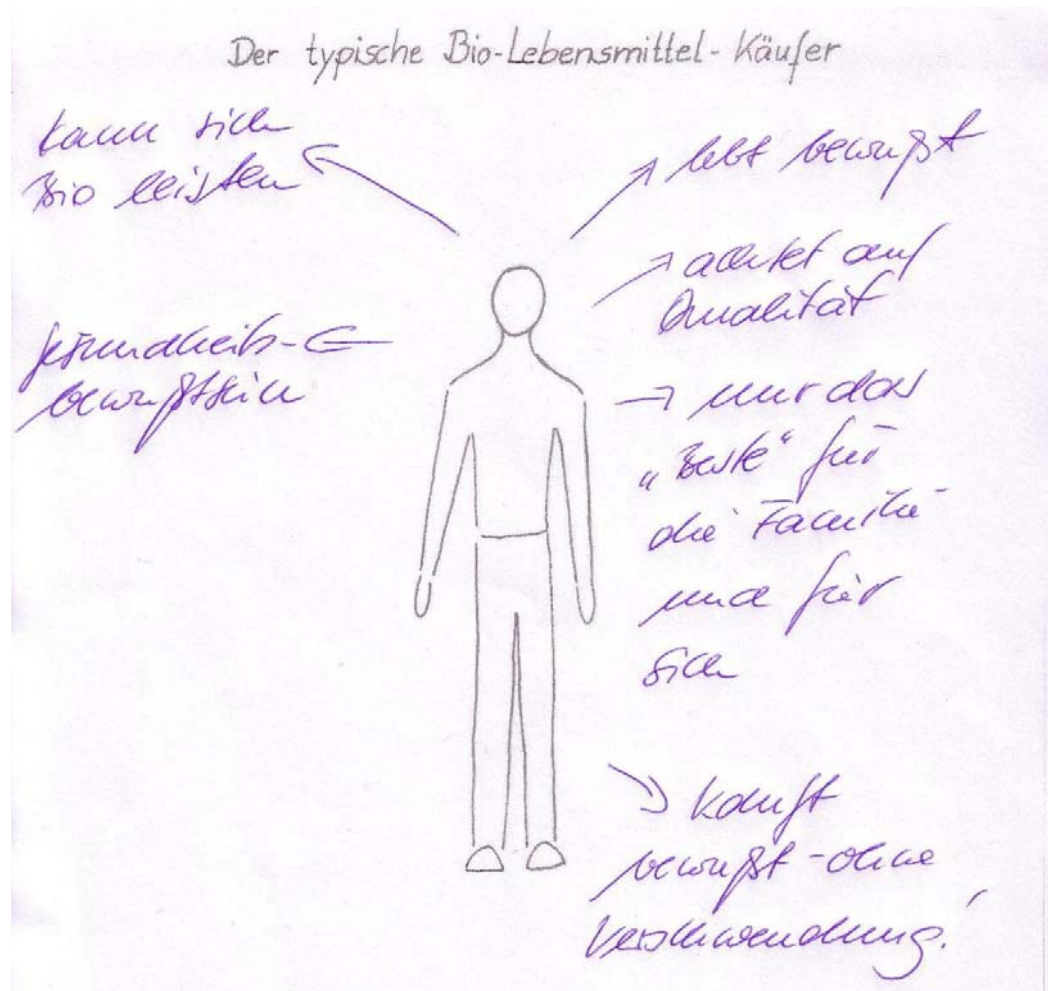
Alter

- jedes Alter
- zunehmend jung

Verhalten

- kauft regelmäßig
- kauft bewusst – ohne Verschwendung
- lebt bewusst
- achtet auf Qualität
- mit Fahrrad unterwegs

3.2 Beispiel aus den Ergebnissen des Psychodrawing-Tests



4.1 Semantisches Umfeld von „Garten“ I



Erlebnis/Gefühl

- urbar machen
- gutes Gefühl beim Essen
- schmeckt
- frisches Gemüse bei Bedarf
- „eigenes“ Bio
- unentbehrlich

Produkte

- Kräuter
- Geflügel
- Eier
- Gemüse
- Kartoffeln
- Obst

eigener Garten

Tätigkeiten

- körperliche Betätigung
- körperliche und geistige Herausforderung
- Erholung
- Anbau
- Nutzung
- Verwertung der Produkte

Soziales Umfeld

- Tradition
- Bekanntschaften
- Gespräche
- Gesprächsthema

4.1 Semantisches Umfeld von „Garten“ II



Produkte

- Blumen
- Gemüse
- Obst
- Rasen

*Garten für
„die anderen“*

Tätigkeiten

- Feten
- Partys
- Feiern
- Beschäftigungstherapie
- Verarbeitung
- Naherholungsgebiet
- Nutzung
- Anbau
- Erholung

4.2 Der Garten ist Bestandteil des täglichen Erlebens



„Das ist sehr wichtig für uns. Ich kenne das gar nicht ohne Garten“

„Es ist häufig der Garten wo man sich drüber unterhält.“

„Den haben wir aus einer nassen Wiese quasi urbar gemacht. Da hängt man irgendwie daran.“

„Ich habe ich ein gutes Gefühl wenn ich das aus dem Garten esse.“

„Die bauen alle eigentlich irgendwelche Sachen im Garten an, irgendwelche Lebensmittel – Obst und Gemüse – und ernten diese auch und zehren davon in den Wintermonaten.“

„Wenn man den Garten nicht mehr bewältigen kann, aus Altersgründen oder Krankheitsgründen, ist es traurig.“

4.3 Das Verhältnis zum Garten ist ambivalent



„Meine Nachbarn sind beide zu Hause und brauchen den Garten so ein bisschen auch als Beschäftigungstherapie.“

„Für meine Bekannten im Dorf hat der Garten mehr oder weniger die Bedeutung eines Naherholungsgebietes.“

„Ich bin froh, wenn ich in den Garten nicht rein gehen muss.“



5 Schlussfolgerung



Die vor Beginn der Interviews aufgestellten Thesen konnten bestätigt werden:

- ❖ Die Akzeptanz von Bio-Lebensmitteln in der ländlichen Bevölkerung ist wegen der Bedeutung des Nutzgartens nur marginal relevant für das Einkaufsverhalten.
- ❖ In den ländlichen Regionen des Landkreises Mecklenburg-Strelitz spielt das Preisempfinden bei der Akzeptanz von Bio-Lebensmitteln eine große und sich negativ auf den Einkauf auswirkende Rolle.

Anhang

- ❖ Einzelinterview-Leitfaden „Akzeptanz von Bio-Lebensmitteln in der ländlichen Bevölkerung“
- ❖ Transkription der Einzelinterviews