



## Medienmitteilung

Datum

09.09.2014

---

### Der Bio-Konsum steigt mit dem Einkommen

**Der Konsum von Bio-Lebensmitteln nimmt stetig zu. Tendenziell werden mit steigendem Einkommen mehr Bio-Lebensmittel gekauft, allerdings weniger ausgeprägt in der Romandie als in den übrigen Sprachregionen. Auch Kriterien wie Alter, Familienzusammensetzung und Geschlecht beeinflussen die Wahl von Bio-Produkten. Dies geht aus einer Auswertung der Haushaltsbudgeterhebung (HABE) durch Agroscope hervor.**

Die Auswertung der Haushaltsbudgeterhebung des Bundesamtes für Statistik (BFS) durch Agroscope bestätigt den Wachstumstrend für Bio-Lebensmittel insgesamt, aber auch für die einzelnen Produktgruppen. „Während 2006 erst 6,5 Prozent aller Ausgaben im Lebensmittelbereich für Bio-Produkte verwendet wurden, waren es 2011 bereits acht Prozent“, bilanzieren Franziska Götze und Ali Ferjani, Mitarbeitende der Forschungsgruppe Sozioökonomie des Agroscope Instituts für Nachhaltigkeitswissenschaften INH.



**Die beliebtesten Bio-Produkte in der Schweiz sind Früchte, Gemüse, Milchprodukte und Eier. (Foto: Bio Suisse)**

#### Wachsender Anteil bei Gemüse und Früchten

Bio-Produkte mit einem bereits hohen Marktanteil wie Gemüse und Früchte sowie Milchprodukte und Eier konnten diesen weiter steigern. Der Marktanteil von Bio-Gemüse wuchs von neun auf 14 Prozent, jener von Bio-Früchten von neun auf elf Prozent. Der Wachstumstrend bestätigt, dass Konsumentinnen und Konsumenten immer gezielter ins Bio-Regal greifen. Produkte mit verhältnismässig geringem Bio-Marktanteil konnten dagegen nur wenig zulegen. So blieb der Bio-Marktanteil von



Fleisch, Saucen und Gewürzen von 2006 bis 2011 mit rund fünf Prozent beinahe unverändert. Auch Bio-Zucker und -Süsswaren kamen mit einem Plus von 0,4 Prozentpunkten nicht über einen Anteil von drei Prozent hinaus.

### **Frauen kaufen eher Bio-Produkte als Männer**

Die Auswertung von mehr als 19 000 HABE-Datensätzen gibt auch Aufschluss über das Konsumverhalten bei Bio-Produkten. Dabei ist gemäss Götze und Ferjani besonders bemerkenswert, dass Haushalte mit Kindern seltener Bio-Lebensmittel kaufen: „Dies steht im Gegensatz zu bisher veröffentlichten Daten aus anderen Ländern. Dagegen deckt sich mit unseren Erwartungen, dass Frauen eher Bio-Produkte kaufen als Männer.“ Dasselbe trifft auf wohlhabende Haushalte zu, die ebenfalls eine höhere Bio-Kaufwahrscheinlichkeit aufweisen. Konsumenten zwischen 45 und 54 Jahren greifen gemäss der Untersuchung besonders selten zu Bio-Produkten.

Einen grossen Einfluss hat auch die Sprachregion: Ein Haushalt in der Deutschschweiz kauft tendenziell mehr Bio-Produkte als einer in der Westschweiz. Die Aussagekraft der Studie stützt sich hierbei auf die verwendeten Variablen aus der Haushaltsbudgeterhebung. Jedoch sollte nicht ausser Acht gelassen werden, dass die Entscheidung, Bio-Lebensmittel zu kaufen, komplex ist und von weiteren Faktoren bestimmt werden kann.

### **Schweizer Haushaltsbudgeterhebung (HABE)**

Das Bundesamt für Statistik (BFS) erhebt seit Beginn der 1990er Jahre Daten zum Einkommen und Konsum sowie zu den soziodemographischen Charakteristika von Schweizer Privathaushalten. Seit dem Jahr 2000 wird diese Erhebung monatlich durchgeführt. Für die Befragung werden die Haushalte per Zufallsverfahren ausgewählt. Etwa 3000 Haushalte pro Jahr nehmen teil. Dabei wird darauf geachtet, dass die Struktur der Haushalte im Datensatz die ständige Schweizer Wohnbevölkerung repräsentativ widerspiegelt. Die teilnehmenden Haushalte dokumentieren während des Befragungszeitraums ihre Ausgaben und ihr Einkommen. Die Teilnahme der Haushalte an der Befragung beschränkt sich auf einen Monat. Es handelt sich somit um eine wiederholte Querschnittsbefragung (*repeated cross-section*).

### **Weitere Informationen**

Zum vollständigen Artikel in der Zeitschrift Agrarforschung gelangen Sie [hier](#).



## **Kontakt**

Franziska Götze, Doktorandin  
Agroscope, Institut für Nachhaltigkeitswissenschaften INH  
Tänikon 1, CH-8356 Ettenhausen, Schweiz  
[franziska.goetze@agroscope.admin.ch](mailto:franziska.goetze@agroscope.admin.ch)  
+41 (0)58 480 32 25

Ali Ferjani, wissenschaftlicher Mitarbeiter  
Agroscope, Institut für Nachhaltigkeitswissenschaften INH  
Tänikon 1, CH-8356 Ettenhausen, Schweiz  
[ali.ferjani@agroscope.admin.ch](mailto:ali.ferjani@agroscope.admin.ch)  
+41 (0)58 480 32 75

Ania Biasio, Mediendienst  
Corporate Communication Agroscope CCA  
Reckenholzstrasse 191, CH-8046 Zürich, Schweiz  
[ania.biasio@agroscope.admin.ch](mailto:ania.biasio@agroscope.admin.ch)  
+41 (0)58 468 72 74

[www.agroscope.ch](http://www.agroscope.ch)