

Bereits Ende der 1980er Jahre zeigte BROMBACHER [1], dass Haushalte mit einem hohen Anteil ökologischer Produkte an den Einkäufen deutlich mehr Getreideprodukte, Obst und Gemüse, dafür aber weniger Fleisch und Wurstwaren sowie Süßigkeiten einkauften als konventionelle Vergleichshaushalte. Mittlerweile haben Öko-Produkte eine weitere Verbreitung gefunden und sind in nahezu allen Handelsformen verfügbar. Dieser Beitrag geht der Frage nach, ob die von BROMBACHER aufgedeckten Unterschiede in den Verbrauchsstrukturen auch 2008 noch bestanden.

# Verbrauchsstrukturen von Öko-Intensivkäufern im Fokus



Dipl.-Soz. Fabian Buder\*  
E-Mail: f.buder@uni-kassel.de

**Interessenkonflikt**  
Die Autoren erklären, dass kein Interessenkonflikt im Sinne der Richtlinien des International Committee of Medical Journal Editors besteht.

## Öko-Markt 2008

Im Jahr 2008 ist der Markt für ökologisch erzeugte Lebensmittel wie in den Jahren zuvor gegen den allgemeinen Trend um rund 10 % gewachsen [2]. Untersuchungen auf der Basis von Haushaltspaneldaten konnten zeigen, dass das Wachstum des Öko-Marktes der vergangenen Jahre zum einen auf der Gewinnung neuer Kunden, zum anderen aber auch auf der Ausweitung des Konsums bestehender Kunden basiert [3].

◆ Tabelle 1 zeigt eine Übersicht über die Verteilung der Haushalte in Deutschland auf die Kundensegmente des Öko-Markts im Jahr 2008. Grundlage der Einteilung ist der Ausgabenanteil für Öko-Lebensmittel an den gesamten Ausgaben der Haushalte für Lebensmittel in ausgewählten Warengruppen (zu diesen s. ◆ Tabelle 2). Im Verlauf des Jahres

2008 haben in den betrachteten Warengruppen mehr als 80 % der deutschen Haushalte mindestens einmal zu Öko-Produkten gegriffen, jedoch gehörten gleichzeitig nur rund 3 % der Haushalte zur Gruppe der Intensivkäufer, d. h. zu jener Gruppe von Haushalten, die mehr als 20 % ihrer Lebensmittelausgaben für Öko-Produkte verwenden. Durchschnittlich verwandten die Intensivkäufer-Haushalte 38 % ihrer Lebensmittelausgaben für Öko-Produkte, während der Durchschnitt über alle Haushalte nur rund 4 % betrug. Bei den Haushalten der Gruppe der Nicht- bzw. Zufallskäufer, die 2008 50 % aller Haushalte umfasste, entfiel nur maximal 1 % der Lebensmittelausgaben in den betrachteten Warengruppen auf Öko-Produkte.

Zahlreiche Studien zu den Motiven von Verbrauchern für den Kauf von Öko-Produkten haben ergeben, dass Öko-



Prof. Dr. Ulrich Hamm\*  
E-Mail: hamm@uni-kassel.de

\*Universität Kassel  
Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing  
Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften  
Steinstraße 19  
37213 Witzenhausen

Kundensegment	Anteil an allen Haushalten	Anteil der Ausgaben für Öko-Lebensmittel an den Ausgaben für ausgewählte Lebensmittelgruppen
Nicht- bzw. Zufallskäufer	50 %	0 % bis 1 %
Wenigkäufer	33 %	mehr als 1 % bis 5 %
Mediumkäufer	14 %	mehr als 5 % bis 20 %
Intensivkäufer	3 %	mehr als 20 %

Quelle: GfK-Paneldaten, eigene Berechnungen

Tab. 1: Kundensegmente des Öko-Markts (Anteil an allen Haushalten)



Ökoprodukte werden vor allem aus gesundheitlichen Gründen gekauft. Der Genuss, Umwelt- oder Tierschutzaspekte spielen beim Einkauf ebenfalls eine Rolle

Produkte in erster Linie aus gesundheitlichen Gründen gekauft werden. Erst danach kommen für die Verbraucher weitere Aspekte wie Genuss, Umwelt- und Tierschutz [4, 5, 6, 7]. Dies legt nun den Schluss nahe, dass mit einer Ernährung mit ökologischen Produkten auch eine Orientierung zu „gesunder“ Ernährung verbunden sei.

In der ersten Untersuchung zum Einkaufsverhalten bei Öko-Lebensmitteln mit Paneldaten in den 1980er Jahren konnte BROMBACHER [1] für den damals noch kaum entwickelten Öko-Markt diese Hypothese bestätigen: Haushalte mit einem hohen Anteil ökologischer Produkte an den Einkäufen wiesen eine Verbrauchsstruktur auf, die mit einem höheren Konsum pflanzlicher Produkte und einem deutlich geringeren Konsum von Fleisch und Süßigkeiten näher an den Empfehlungen der Ernährungswissenschaft orientiert war, gemeinhin also als gesünder bezeichnet werden kann.

Im Folgenden wird anhand aktueller Paneldaten der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) der Frage nachgegangen, ob Haushalte, die zur Gruppe der Intensivkäufer bei Öko-Lebensmitteln gehören, eine andere Verbrauchsstruktur aufweisen als Haushalte, die nie oder nur sehr selten zu Öko-Produkten greifen (Nicht- bzw. Zufallskäufer-Haushalte). Darauf

aufbauend wird der Frage nachgegangen, ob die ermittelten Verbrauchsstrukturen hinsichtlich ihrer gesundheitlichen Wirkung unterschiedlich zu beurteilen sind.

### Datenbasis

Die für diesen Beitrag vorliegenden Daten entstammen Haushaltspanels der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Mit rund 20 000 (ConsumerScan) bzw. rund 13 000 Haushalten (ConsumerScan FreshFood) sind diese repräsentativ für die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland. Erfasst werden in diesen Panels Einkäufe von Lebensmitteln des täglichen Bedarfs, die für den gesamten Haushalt getätigt werden bzw. keinem einzelnen Haushaltsmitglied zugeordnet werden. Die Erfassung der Einkäufe erfolgt mit der Methode des Electronic Diary: Die Einkäufe werden von den am Panel teilnehmenden Haushalten zu Hause mittels eines Handscanners erfasst. Mit diesem Gerät werden die auf den Produktverpackungen angegebenen Barcodes eingescannt. Weitere Informationen (Einkaufsstätte, Anzahl der gekauften Packungen, Preis, Promotion etc.) zu den gekauften Waren werden über eine alphanumerische Tastatur eingegeben [8]. Für die Erfassung frischer Waren ohne auslesbare Warencodierung ver-

fügen die Teilnehmer im Panel ConsumerScan FreshFood außerdem über ein Codebuch, in welchem den nicht vorverpackten Frischwaren eindeutige Codes zugeordnet sind. Für diesen Beitrag ausgewertet wurden Einkaufsdaten des Jahres 2008.

### Ausgabenstrukturen im Vergleich

Zunächst werden die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben<sup>1</sup> von Intensivkäufern und Nicht- bzw. Zufallskäufern von ökologischen Lebensmitteln für den Einkauf von Lebensmitteln in ausgewählten Warengruppen gegenübergestellt. ♦ Tabelle 2 zeigt neben den absoluten Pro-Kopf-Ausgaben von Intensivkäufer-Haushalten und Nicht- bzw. Zufallskäufer-Haushalten auch die relativen Ausgabenunterschiede für eine umfangreiche Palette von Warengruppen.

Wie ♦ Tabelle 2 zu entnehmen ist, gaben die Intensivkäufer-Haushalte insgesamt eine deutlich höhere Summe pro Kopf für die ausgewählten Warengruppen aus: Die Pro-Kopf-Ausgaben der Öko-Intensivkäufer

<sup>1</sup>Berechnung: Erster Erwachsener mit Faktor 1, jede weitere Person über 14 Jahren mit Faktor 0,7, Personen bis 14 Jahren mit Faktor 0,5 (Beispiel: 2 Erw. + 1 Kind 12 J. = 1 + 0,7 + 0,5 = 2,2 „Köpfe“)

KLASSE / WARENGRUPPE	Intensivkäufer	Nicht- bzw. Zufallskäufer	Ausgaben der Intensivkäufer in % von Nicht- bzw. Zufallskäufern
	€ pro Kopf*		
<b>Ausgewählte Lebensmittel gesamt</b>	<b>997</b>	<b>767</b>	<b>130 %</b>
<b>Ausgewählte Lebensmittel tierischen Ursprungs</b>	<b>495</b>	<b>452</b>	<b>109 %</b>
Fleisch frisch	66	89	74 %
Fleisch tiefgekühlt	2	3	62 %
Geflügel frisch/ Konserve	25	19	130 %
Geflügel natur tiefgekühlt	3	9	36 %
Wurst frisch/ Selbstbedienungsware	123	150	82 %
Eier	21	16	137 %
Hart-/ Schnittkäse	71	39	180 %
Weichkäse	27	18	149 %
Schmelzkäse	3	5	59 %
Frischkäse/-zubereitungen	16	10	164 %
Milch	47	30	155 %
Butter/ Butterzubereitungen	21	15	138 %
Quark	10	10	106 %
Milchgetränke	15	10	147 %
Milchrahmerzeugnisse	14	10	149 %
Jogurt fest	31	20	158 %
<b>Ausgewählte Lebensmittel pflanzlichen Ursprungs</b>	<b>447</b>	<b>254</b>	<b>176 %</b>
Gemüse frisch	129	56	229 %
Obst frisch	123	66	186 %
Kartoffeln frisch	18	13	135 %
Gemüse tiefgekühlt	8	7	120 %
Fruchtsäfte	31	15	203 %
Gemüsesäfte/Gemüsetrunke	2	1	285 %
Getreidemehl	5	2	191 %
Getreideflocken	2	1	345 %
Müsli	8	2	443 %
Trad. Cerealien	4	4	94 %
Margarine	6	12	47 %
Speiseöl/ Tafelöl	11	6	182 %
Konfitüre/ Marmelade/ Gelee	6	5	112 %
Honig/ Honigersatz	5	3	190 %
Pflanzliche Brotaufstriche pikant	5	0	1215 %
Brot	68	47	144 %
Teigwaren	14	10	143 %
Ketchup/ Tomatenmark	3	3	101 %
<b>Ausgewählte sonstige Lebensmittel</b>	<b>56</b>	<b>61</b>	<b>91 %</b>
Heil-/ Kräuter-/ Früchtetee	7	5	136 %
Röstkaffee	31	36	86 %
Nuss-Nougat/ Schoko-/ Milchcreme	4	3	136 %
Fertigdessert	6	10	63 %
Pizza tiefgekühlt	8	8	104 %

Quelle: GfK-Paneldaten, eigene Berechnungen \*Berechnung: Erster Erwachsener mit Faktor 1, jede weitere Person über 14 Jahren mit Faktor 0,7, Personen bis 14 Jahren mit Faktor 0,5 (Beispiel: 2 Erw. + 1 Kind 12 J. = 1 + 0,7 + 0,5 = 2,2 Pers.)

Tab. 2: Pro-Kopf-Ausgaben für ausgewählte Lebensmittelgruppen von Haushalten der Kundensegmente Intensivkäufer und Nicht- bzw. Zufallskäufer von Öko-Lebensmitteln

überstiegen die Pro-Kopf-Ausgaben der Vergleichshaushalte um rund ein Drittel. Da sich die Ausgaben nur auf Daten ausgewählter, von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) zur Verfügung gestellter Produktgruppen beziehen, können aber im Gegensatz zu der früheren Arbeit von BROMBACHER [1] keine Aussagen über die Gesamtausgaben für Lebensmittel getroffen werden.

Eine grundsätzliche Unterteilung von Lebensmitteln ist die Unterscheidung nach tierischem und pflanzlichem Ursprung, wie sie auch in **◆** Tabelle 2 vorgenommen wurde. Lebensmittel, die keine eindeutige Zuordnung zu einer der genannten Kategorien erkennen lassen, wurden in einer Kategorie sonstige Lebensmittel zusammengefasst. Hierin sind neben Convenience-Produkten wie Fertiggerichten und Tiefkühl-Pizza auch Genussmittel wie Tee und Kaffee erfasst.

Ein großer Unterschied in der Ausgabenstruktur bestand insbesondere bei den Lebensmitteln pflanzlichen Ursprungs: Hier lagen die Pro-Kopf-

Ausgaben der Öko-Intensivkäufer-Haushalte um 76 % über den Ausgaben der Nicht- bzw. Zufallskäufer von Öko-Lebensmitteln. Bei Produkten tierischen Ursprungs dagegen lagen die Ausgaben der Intensivkäufer nur rund 9 % über jenen der Nicht- bzw. Zufallskäufer, in der Kategorie sonstige Lebensmittel 9 % darunter.

Eine differenziertere Betrachtung auf Ebene der Warengruppen bei Lebensmitteln tierischen Ursprungs zeigt, dass deutlich geringere Ausgaben der Öko-Intensivkäufer-Haushalte für frisches Fleisch (-26 %), Wurst (-18 %) und tiefgekühlte Fleischwaren (-38 %) sowie tiefgefrorenes Geflügel (-64 %) deutlichen Mehrausgaben bei frischem Geflügel (+30 %), Eiern (+37 %) sowie bei Milch und Milchprodukten gegenüberstanden.

Bei den Lebensmitteln pflanzlichen Ursprungs gaben die Öko-Intensivkäufer-Haushalte lediglich für Margarine und die traditionellen Cerealien<sup>2</sup> pro Kopf weniger Geld aus als die Vergleichshaushalte. In den anderen Kategorien dagegen lagen die

Pro-Kopf-Ausgaben der Intensivkäufer-Haushalte deutlich über jenen der Vergleichshaushalte. So betragen die Mehrausgaben bei Obst 86 %, bei Gemüse 129 % und bei Kartoffeln 35 %. Bemerkenswerte Unterschiede bestanden außerdem bei Fruchtsäften (+103 %), Gemüsesäften bzw. -trinken (+185 %), Getreidemehl (+191 %), Getreideflocken (+245 %) und Müsli (+343 %). Dies deutet darauf hin, dass es einzelne Warengruppen gibt, die von den Öko-Intensivkäufer-Haushalten stärker präferiert werden und die für ihre Ausgabenstruktur eine weit größere Rolle spielen als bei den Vergleichshaushalten.

Bei den in der Kategorie sonstige Lebensmittel zusammengefassten Warengruppen zeigt sich ein recht unterschiedliches Bild. So tätigten die Intensivkäufer-Haushalte je 36 % höhere Pro-Kopf-Ausgaben bei Tees und Nuss-Nougat-, Schoko- und Milchcremes sowie geringfügig höhere Pro-Kopf-Ausgaben (+4 %) bei der Warengruppe Tiefkühl-Pizza. Bei Fertiggerichten und Kaffee lagen die Pro-Kopf-Ausgaben der Intensivkäufer-Haushalte dagegen deutlich unter jenen der Vergleichshaushalte. Interessant sind hier insbesondere die geringfügig höheren Ausgaben für Tiefkühl-Pizza. Konstatierte BROMBACHER [1] bezüglich der Fertiggerichte Ende der 1980er Jahre noch, dass diese für die Bio-Haushalte keine Rolle spielten, scheint sich zumindest hier der Zeitgeist auch bei den Intensivkäufern von Öko-Lebensmitteln nicht aufhalten zu lassen.

Durch den Vergleich der Ausgabenstrukturen der Haushalte konnten bereits erste Hinweise auf unterschiedliche Prioritäten bei der täglichen Einkaufspraxis von Intensivkäufer-Haushalten von Öko-Lebensmitteln identifiziert werden. So deutet sich in den Ausgabenstrukturen eine Präferenz der Intensivkäufer-Haus-

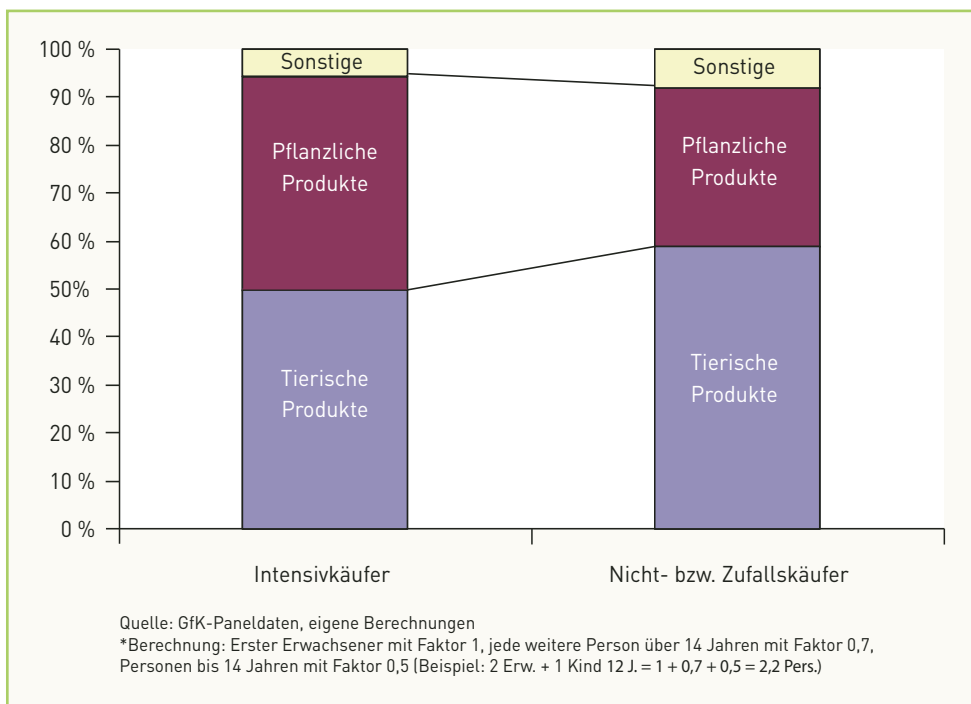


Abb. 1: Struktur der Pro-Kopf-Ausgaben\* von Öko-Intensivkäufer-Haushalten und Nicht- bzw. Zufallskäufer-Haushalten für ausgewählte Lebensmittelgruppen

<sup>2</sup>Unter diesem Begriff werden hier die klassischen Frühstückspäckchen gefasst (z. B. Cornflakes, Pops etc.).

halte für eine fleischarme Ernährung an. Wie **◆** Abbildung 1 zeigt, ist im Wesentlichen hierdurch bedingt der Anteil der Ausgaben, der für Lebensmittel tierischer Herkunft aufgewendet wird, bei den Intensivkäufern geringer als bei den Vergleichshaushalten.

## Verbrauchsstrukturen im Vergleich

Die Relationen der Ausgabenunterschiede sind durch Preiseinflüsse verzerrt, so dass zusätzlich die gekauften Mengen (Gramm pro Kopf) analysiert wurden. Eine Übersicht über die Ergebnisse gibt **◆** Abbildung 2.

Über alle Warengruppen hinweg weisen die Ausgaben der Öko-Intensivkäufer-Haushalte im Vergleich mit den Nicht- bzw. Zufallskäufern oftmals eine stärkere Abweichung nach oben auf als die Verbräuche. Dies ist zumindest zum Teil auf die höheren Preise für Öko-Lebensmittel zurückzuführen. Deutlich wird dies unter anderem bei Eiern: Während Intensivkäufer-Haushalte von Öko-Lebensmitteln für Eier insgesamt 37 % höhere Ausgaben pro Kopf tätigten, konsumierten sie nur 81 % der Menge der Vergleichshaushalte.

Die weitere Betrachtung des Pro-Kopf-Verbrauchs von Lebensmitteln tierischen Ursprungs nach Warengruppen zeigt, dass der Pro-Kopf-Verbrauch von Fleisch, Fleischwaren, Geflügel und Eiern bei den Öko-Intensivkäufern jeweils deutlich unter dem jeweiligen Verbrauch der Nicht- bzw. Zufallskäufer-Haushalte lag. Dagegen lag der Verbrauch von Milch und Milchprodukten jeweils über dem Niveau bei Nicht- bzw. Zufallskäufer-Haushalten. Ausnahmen bildeten hier lediglich die Warengruppen Quark und Schmelzkäse.

Bei frischem Gemüse und Obst lag der Pro-Kopf-Verbrauch der Öko-Intensivkäufer rund ein Drittel über jenem der Nicht- bzw. Zufallskäufer. Dazu kommt ein deutlich höherer Pro-Kopf-Verbrauch bei Fruchtsäften

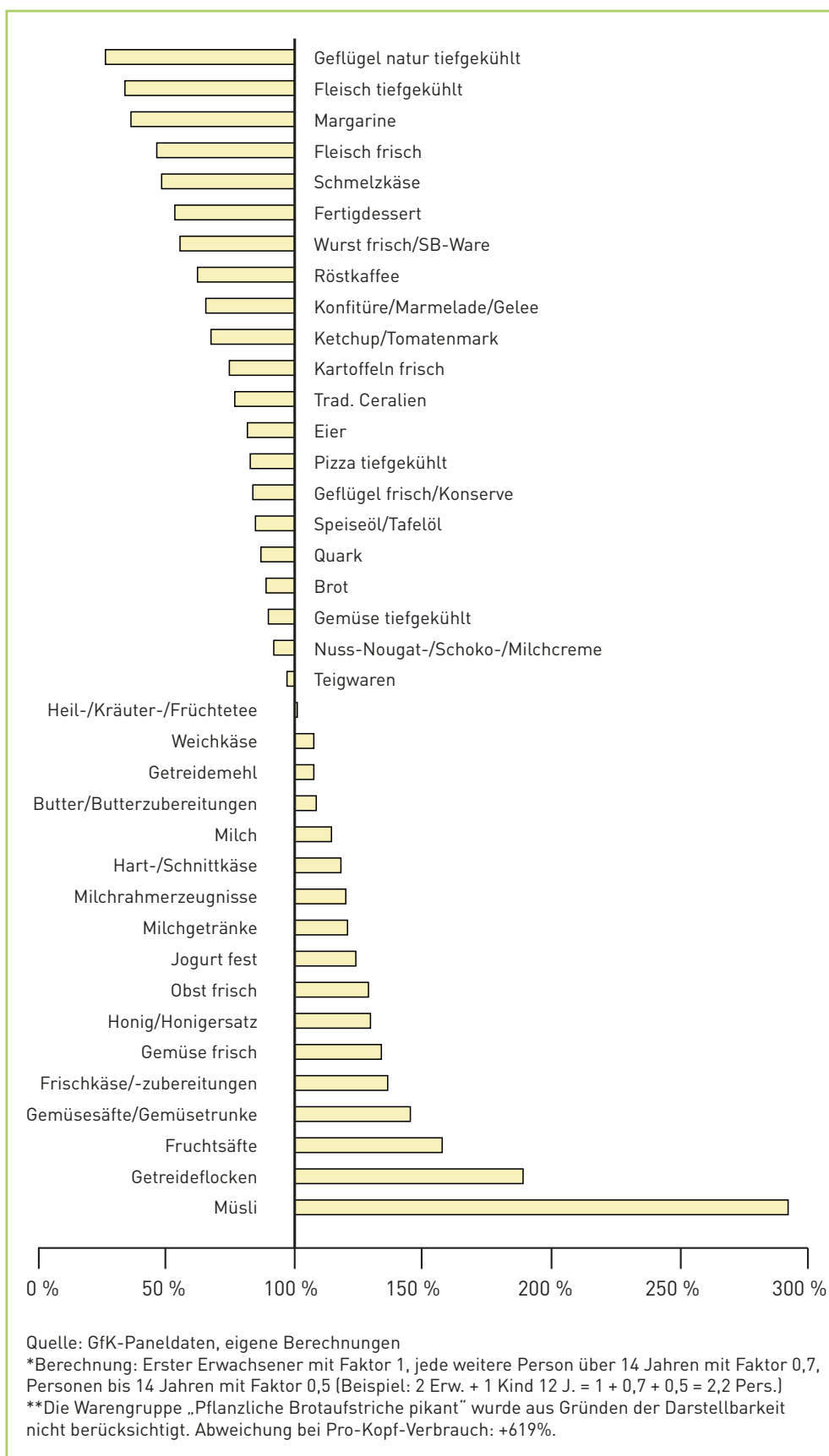


Abb. 2: Pro-Kopf-Verbrauch\* von Öko-Intensivkäufer-Haushalten für ausgewählte Lebensmittelgruppen\*\* im Vergleich zum Verbrauch von Nicht- bzw. Zufallskäufer-Haushalten (= 100 %)

(+57 %) sowie Gemüsesäften und -trunken (+45 %).

Auch der Verbrauch bei Getreideflocken (+89 %) und Müsli (+192 %) lag deutlich über jenem der Haushalte, die keine oder nur geringe Ausgaben für Öko-Lebensmittel tätigten. Brot wurde von den Öko-Intensivkäufer-Haushalten in geringerer Menge verbraucht (-12 %), Getreidemehl dagegen in 8 % größerer Menge. Der vergleichsweise höhere Verbrauch der Öko-Intensivkäufer von Getreidemehl und der gleichzeitig geringere Pro-Kopf-Verbrauch von Brot deutet daraufhin, dass die von BROMBACHER [1] getroffene Feststellung, dass Öko-Intensivkäufer-Haushalte häufiger Rohprodukte einkaufen, zumindest teilweise noch bestand.

Unterschiede gab es bei den verschiedenen Brotaufstrichen: Während der Pro-Kopf-Verbrauch der Öko-Intensivkäufer-Haushalte bei Honig und Honigersatz 29 % höher war als bei der anderen Haushaltsgruppe und der Unterschied bei pikanten pflanzlichen Brotaufstrichen sogar mehr als 600 % betrug, wurden Konfitüre, Marmelade und Gelee in 34 % geringerer Menge verbraucht. Der hohe Mehrverbrauch bei pikanten pflanzlichen Brotaufstrichen deutet daraufhin, dass diese Produkte als Ersatzprodukte für Fleischwaren verwendet wurden. Einen geringeren Verbrauch pro Kopf hatten die Öko-Intensivkäufer-Haushalte dagegen bei Kartoffeln: Hier lag der Verbrauch nur bei 75 % des Pro-Kopf-Verbrauchs der Vergleichshaushalte.

Bei den Fetten lagen die jeweiligen Pro-Kopf-Verbräuche der Öko-Intensivkäufer z. T. deutlich unter jenen der Nicht- bzw. Zufallskäufer von Öko-Produkten: Pro Kopf wurden 64 % weniger Margarine verbraucht und 16 % weniger Speise- und Tafelöl. Wie in der Studie von BROMBACHER [1] legen die Pro-Kopf-Verbräuche den Schluss nahe, dass die Intensivkäufer-Haushalte die als „künstlicher“ angesehene Margarine durch Butter ersetzen, wobei die sehr viel geringere Menge bei Margarine nicht durch den Mehrverbrauch

bei Butter ausgeglichen wurde, so dass die Öko-Intensivkäufer-Haushalte pro Kopf insgesamt deutlich weniger Streichfette konsumierten.

Der Pro-Kopf-Verbrauch der Öko-Intensivkäufer bei Röstkaffee lag 37 % unter jenem der Nicht- bzw. Zufallskäufer von Öko-Lebensmitteln, der Verbrauch von Heil-, Kräuter- und Früchtetees dagegen lag auf dem nahezu gleichen Niveau (-1 %). Die von BROMBACHER [1] konstatierte Substitution von Kaffee durch Tee kann anhand der vorliegenden Daten nicht überprüft werden, da Daten zu schwarzem Tee fehlen.

Nuss-Nougat-, Schoko- und Milchcreme (-8 %) erreichten jedoch ein ähnliches Niveau bei Öko-Intensivkäufern und Nicht- bzw. Zufallskäufern von Öko-Produkten, während Fertigdesserts (-46 %) in bedeutend geringerem Umfang konsumiert wurden.

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühl-Pizza der Öko-Intensivkäufer-Haushalte lag 18 % unter jenem der Nicht- bzw. Zufallskäufer, was mit einem absoluten Wert von rund 300 g jedoch nur etwas weniger als einer Pizza (pro Jahr und pro Kopf) entspricht.

### Fazit: Gesund und hochwertig

Die vorliegende Untersuchung kommt insgesamt zu einem ähnlichen Ergebnis wie die 1992 von BROMBACHER [1] veröffentlichte Studie mit Daten zum Einkaufsverhalten von Öko-Intensivverbrauchern Ende der 1980er Jahre. Öko-Intensivkäufer greifen weniger zu Fleisch und Wurstwaren und dafür deutlich stärker zu Milch und Milchprodukten und frischem Obst und Gemüse sowie Getreideprodukten als die Gruppe der Nicht- bzw. Zufallskäufer von Öko-Lebensmitteln. Gegenüber den Nicht- bzw. Zufallskäufern werden in geringerem Umfang Streichfette sowie Speise- und Tafelöl konsumiert. Die Verbrauchsstruktur der Öko-Intensivkäufer-Haushalte legt damit den

Schluss nahe, dass diese Haushalte insgesamt eine gesündere Ernährung pflegen.

Ein Blick auf die Warengruppen Tiefkühl-Pizza und Nuss-Nougat-, Schoko- und Milchcremes zeigt jedoch, dass die Öko-Intensivkäufer-Haushalte auch für Warengruppen offen sind, die für die Öko-Käufer der 1980er Jahre unbedeutend waren. BROMBACHER [1] ging davon aus, dass dies neben einer grundsätzlichen Bevorzugung wenig verarbeiteter Lebensmittel auch damit zusammenhing, dass das Angebot an Fertiggerichten die Anforderungen von Öko-Intensivkäufer-Haushalten nicht erfüllte. Es bleibt abzuwarten, ob sich mit zunehmendem Angebot von Öko-Convenience-Produkten und Öko-Süßwaren die Verbrauchsstrukturen von Öko-Intensivkäufer-Haushalten und Nicht- bzw. Zufallskäufer-Haushalten noch stärker annähern.

Ein weiteres wichtiges Ergebnis aus der Analyse der Haushaltspaneldata ist, dass die Intensivkäufer-Haushalte von Öko-Lebensmitteln bei einer mengenmäßig vergleichbaren Ernährung wie die Haushalte, die keine oder nur sehr geringe Mengen an Öko-Produkten kauften, pro Kopf etwa ein Drittel höhere Ausgaben für die betrachteten Lebensmittel-Warengruppen tätigten als die zum Vergleich herangezogenen Haushalte der Kategorie Nicht- bzw. Zufallskäufer von Öko-Lebensmitteln. Dies resultiert zu einem erheblichen Teil aus den höheren Preisen für Öko-Lebensmittel, die aber durchschnittlich nur knapp 40 % der Lebensmittelausgaben der Intensivkäufer-Haushalte ausmachten. Da die Preise für Öko-Lebensmittel aber nicht so viel höher sind, dass sie den gesamten Unterschied in den Ausgaben erklären könnten [9], deutet das darauf hin, dass Intensivkäufer-Haushalte von Öko-Lebensmitteln auch konventionelle Lebensmittel hochpreisiger einkaufen. Dies kann daran liegen, dass die Intensivkäufer bevorzugt in anderen, hochpreisigen Einkaufsstätten einkaufen (z. B. Wo-

chenmarkt, Bäcker, Metzgerei, Fachgeschäfte) oder dass sie auch bei konventionellen Lebensmitteln höhere Qualitäten bevorzugen [10].

## Literatur

1. Brombacher J. *Ökonomische Analyse des Einkaufsverhaltens bei einer Ernährung mit Produkten des ökologischen Landbaus. Schriftenreihe des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Reihe A: Angewandte Wissenschaft. Heft 406, Münster-Hiltrup (1992)*
2. ZMP (Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft). *Öko-markt Jahrbuch 2009. Verkaufspreise im ökologischen Landbau 2007/2008. Materialien zur Marktberichterstattung, Bd. 86, Bonn (2009)*
3. Buder F, Hamm U. *Dynamik des Kaufverhaltens bei Öko-Produkten. In: Mayer J, Alföldi T, Leiber F et al. (Hg). Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel. Bd. 2: S. 316–319, Zürich (2009)*
4. Hughner RS, McDonagh P, Prothero A et al. (2007) *Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. Journal of Consumer Behaviour. 6: 94–110*
5. Baranek E. *Wer kauft Bio? Zielgruppenspezifische Motive für den Kauf von Biolebensmitteln. Verlag Dr. Köster, Berlin (2007)*
6. Wier M, Jensen KOD, Andersen LM, Millock M (2008) *The character of demand in mature organic food markets: Great Britain and Denmark compared. Food Policy. Vol 33: 406–421*
7. Röppler M. *Marketingstrategien für Bio-Lebensmittel. Käuferverhalten und konsequentes Marketing in Theorie und Praxis. Verlag Dr. Müller, Saarbrücken (2006)*
8. Günther M, Vossebein U, Wildner R. *Marktforschung mit Panels. Arten – Erhebung – Analyse – Anwendung. 2. vollständig überarbeitete Auflage, Gabler, Wiesbaden (2006)*
9. Hamm U, Aschemann J, Rießer A (2007) *Sind die hohen Preise für Öko-Lebensmittel wirklich das zentrale Problem für den Absatz? Berichte über Landwirtschaft, Bd. 85: 252–271*
10. Brombacher J, Hamm U (1990) *Ausgaben für eine Ernährung mit »Bio-Lebensmitteln«. AID-Verbraucherdienst, 35. Jg., Nr. 2: 25–34*

## Zusammenfassung

### Verbrauchsstrukturen von Öko-Intensivkäufern im Fokus

Fabian Buder und Ulrich Hamm

Verglichen wurden die Ausgaben- und Verbrauchsstrukturen von Öko-Intensivkäufern mit Vergleichshaushalten, die nicht oder nur sehr selten Öko-Lebensmittel kaufen. Es zeigten sich deutliche Unterschiede sowohl hinsichtlich der Pro-Kopf-Ausgaben für Lebensmittel als auch der pro Kopf verbrauchten Mengen. Für die Ernährung von Öko-Intensivverbrauchern spielen Fleisch und Wurstwaren sowie Streichfette und Öle eine deutlich geringere Rolle als für die Vergleichshaushalte. Dagegen ist der Verbrauch bei Milch und Milchprodukten sowie insbesondere bei Obst, Gemüse und Getreideprodukten deutlich höher. Mit dieser Verbrauchsstruktur kommen die Öko-Intensivverbraucher den Empfehlungen von Ernährungswissenschaftlern für eine möglichst gesunde Ernährung deutlich näher als die Vergleichshaushalte. Es zeigen sich aber auch Hinweise darauf, dass mit dem steigenden Öko-Angebot bei Fertigprodukten (z. B. Tiefkühl-Pizza) und süßen Speisen deren Verbrauch bei den Öko-Intensivkäufer-Haushalten steigt.

**Schlüsselwörter:** Öko-Lebensmittel, Öko-Käufer, Verbrauchsstrukturen, Ausgabenstrukturen, Gesundheit

## Summary

### Patterns of expenditure and consumption of heavy consumers of organic products

Fabian Buder, Ulrich Hamm

The patterns of expenditure and consumption of households with heavy consumption of organic products were compared with households which do not or which only rarely purchase organic products. Clear differences were found in the per capita expenses for food and in the level of per capita consumption. For the households with heavy expenditure on organic products, meat and meat products, butter, margarine and oils clearly play a smaller role than for the comparison group. On the other hand, the consumption of milk and milk products, as well as of particular fruits, vegetables and grain products, is clearly higher in households with heavy expenditure on organic products. With this overall consumption pattern, households with heavy expenditure on organic products come closer to the recommendations of nutritionists for a healthy diet. However, there are also indications that the consumption patterns of households with heavy expenditure on organic products are changing, as a result of the growing range of organic convenience products (e.g. pizza) and sweets.

**Keywords:** Organic foods, organic buyers, patterns of consumption, patterns of expenditure, health

Ernährungs Umschau 56 (2009) S. 527–533