

Ökobarometer

Biolebensmittel liegen im Trend. Das Emnid-Institut macht regelmäßig Befragungen unter dem Titel das „Ökobarometer“. Die Letzte vom August 2003 förderte genaue Zahlen zum Verbraucherverhalten bei Bioprodukten ans Licht.

Jüngere Verbraucher kaufen mehr Bioprodukte. Das ergab eine Umfrage im Auftrag des Bundesverbraucherministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL), Berlin. Bereits zum dritten Mal führte das EMNID-Institut, Bonn, das so genannte Ökobarometer durch. Es enthält die Ergebnisse einer deutschlandweiten repräsentativen Umfrage mit 1.000 Teilnehmern. Das Institut befragte Verbraucher zu ihrer Einstellung und entsprechenden Kaufentscheidungen rund ums Thema Biolebensmittel.

48% der Befragten verwenden Bioprodukte, also Lebensmittel aus ökologischem Landbau.

Diejenigen, bei denen „Bio“ noch nicht auf dem Speiseplan steht (22%), zeigten Interesse für die Produkte. Auch die Gruppe der gelegentlichen Biokäufer hat seit April dieses Jahres um 12% auf 59% zugenommen. 2% der Befragten gaben an, sich ausschließlich von Biolebensmitteln zu ernähren. Lediglich 17% der Verbraucher hatten kein Interesse an Biolebensmitteln.

15% nannten das körperliche Wohlbefinden als Schlüsselerlebnis Nummer eins, um die Ernährung ganz oder teilweise auf „Bio“ umzustellen.

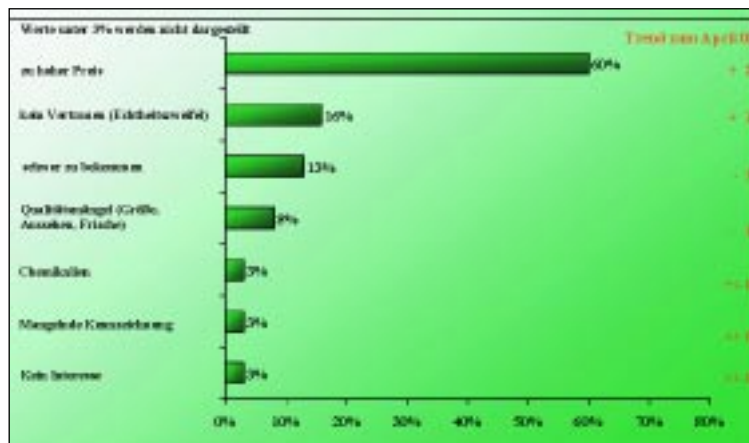
Männer gehören eher zu den Bio-muffeln: Während 56% aller Frauen Bioobst und -gemüse bevorzugen,

halten nur 39% der Männer diese Produkte für wichtig. Eier zählen nach Obst, Gemüse und Fleisch zu den Lebensmitteln, bei denen jeder vierte befragte Verbraucher besonders auf die Herkunft achtet. Brot und Milchprodukte folgen in der Rangliste der meistgekauften Biolebensmittel. Die Frische der Produkte ist für 50% der deutschen Verbraucher ein wichtiges Kaufmerkmal. Zweitwichtigster Grund für die Kaufentscheidung ist der gute Geschmack. Auf den Plätzen drei und vier der Liste der Kaufgründe liegen die schonende Verarbeitung und die geringere Schadstoffbelastung.

Weniger Bedeutung messen die Käufer von Biowaren derzeit dem Verzicht auf Gentechnik und chemisch-synthetischen Unkrautbekämpfungsmitteln bei.

Generell haben die Befragten ihre Erwartungen an Lebensmittel etwas heruntergeschraubt. Aspekte wie die regionale Herkunft oder Umweltschutz sind dafür in den Vordergrund gerückt.

Haupt-Hinderungsgründe für die Verwendung von Biolebensmitteln.



Weitere Informationen:

www.oekolandbau.de

brot + backwaren erscheint 10 x im Jahr zum Einzelverkaufspreis von Euro 10,00. Jahresabonnementspreis Inland: Euro 70,00. Jahresabonnementspreis Ausland: Euro 76,00. Jahresabonnementspreis für Studenten (gegen Vorlage einer gültigen Bescheinigung) im Inland: Euro 45,00 und im Ausland: Euro 52,00. Alle Preise inklusive Versandkosten und gesetzlicher Mehrwertsteuer. Die Belieferung der Mitglieder der VDB und des IAB erfolgt im Rahmen der Mitgliedschaft. Der Abo-Preis für die Mitglieder des VDB ist im Mitgliederpreis enthalten. Abonnementskündigungen müssen drei Monate vor Ende des Bezugszeitraums dem Verlag schriftlich vorliegen.
Abonnementsbestellungen richten Sie bitte an die genannte Vertriebsadresse.

Bei Nichtlieferung ohne Verschulden des Verlages oder infolge von Störungen des Arbeitsfriedens bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Zurzeit gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 43.
brot + backwaren ISSN 0172-8180
brot + backwaren ist das offizielle Organ der Vereinigung Deutsche Backtechnik e.V.
Redaktion:
Behnstraße 61 · 22767 Hamburg
Tel. 040 | 39 90 12 27 · Fax 040 | 39 90 12 29
E-Mail info@foodmultimedia.de
ISDN 040 | 39 90 30 61

Redaktionsmitglieder:
Bastian Borchfeld, Telefon 040 | 39 90 12 28
E-Mail borchfeld@foodmultimedia.de
Hildegard M. Keil, Telefon 040 | 39 90 12 27
E-Mail keil@foodmultimedia.de
Stephan Musiol, Telefon 040 | 38 61 67 93
E-Mail musiol@foodmultimedia.de
Redaktion
E-Mail redaktion@foodmultimedia.de
Schlussredaktion:
Renate Höft, Telefon 04532 | 33 14
Anzeigenabteilung:
Behnstraße 61 · 22767 Hamburg
Telefax 040 | 39 90 12 29
E-Mail sales@foodmultimedia.de

Anzeigenleitung:
Klaus C. Sählfhof, Telefon 040 | 38 61 67-92
E-Mail saehlhof@foodmultimedia.de
Anzeigensachbearbeitung:
Wilfried Krause, Telefon 040 | 38 61 67-94
E-Mail krause@foodmultimedia.de
Vertriebsleitung:
Willi Hesse · Führster Straße 8 · 31061 Alfeld
Telefon 051 81 | 80 04-60 · Telefax -90
Gestaltung:
Art Works! Werbeagentur GmbH, Hamburg
Lithografie und Druck:
Leinebergland
Druckerei und Verlags-ges. mbH, Alfeld
Verlag:
fzm food multimedia gmbh
Behnstraße 61 · 22767 Hamburg



Peter Augendopler

Die IBA 2003 ist Geschichte.

Als größter Aussteller (1700 m² Standfläche, 245 Standmitarbeiter) präsentierte backaldrin Erfolgsprodukte für heute und morgen.

Sämtliche Neuvorstellungen bzw. Produktinnovationen fanden einhellig positive Aufnahme.

Für Ihre Zustimmung und Ihr Vertrauen danken wir Ihnen herzlichst!

Ihr

Steph. F. ...

2003
iba

Ideen...Marken...Erfolge



backaldrin®



Domperle-Mehl

Gebrüder Engelke • Große Mühle • Hasede-Hildesheim

Tel.: 0 51 21- 7 75 55 -0 - Fax: 0 51 21- 77 08 18 - www.gebr-engelke.de