



Schweizerische Gesellschaft für Agrarwirtschaft und Agrarsoziologie  
Société Suisse d'Economie et de Sociologie rurales  
Swiss Society for Agricultural Economics and Rural Sociology

# Wer kauft in der Schweiz Bio-Lebensmittel – eine Analyse von Haushaltsdaten

*Franziska Götze (1,2), Stefan Mann (1), Ali Ferjani (1), Andreas Kohler (1) und Thomas Heckelei (2)*  
*(1) Agroscope, Institut für Nachhaltigkeitswissenschaften INH*  
*(2) Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn*

## Kontext/theoretischer Hintergrund/Forschungsfragen

Der Schweizer Markt für Bio-Lebensmittel ist im Verlauf der letzten zwei Jahrzehnte sehr dynamisch und stetig gewachsen. Diese Entwicklung ist sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite zu beobachten. In Anbetracht dessen, dass sich der Markt für Bio-Lebensmittel ständig verändert und um die zielführende und zukunftsorientierte Gestaltung der Agrarpolitik zu gewährleisten, ist es entscheidend, die Determinanten der Nachfrage nach Bio-Produkten zu kennen.

Für den Schweizer Markt fehlen aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse zur sozio-demographischen Struktur von Haushalten, die Bio-Lebensmittel konsumieren. Studien aus anderen europäischen Ländern zeigen dahingehend zum Teil unterschiedliche, bisweilen widersprüchliche Ergebnisse. Häufig werden Befragungen, gelegentlich begleitet von Experimenten und theoretischen Versuchen genutzt, um die Konsummotive zu identifizieren. Ein Sample der Schweizer Haushaltsbudgeterhebung (HABE) für die Jahre 2006 bis 2011 wird genutzt, um die Haushaltscharakteristika zu ermitteln, welche die Kaufwahrscheinlichkeit und den Ausgabenanteil von Bio-Lebensmitteln beeinflussen. Erkenntnisse aus solchen Konsumdaten haben den Vorteil, dass die sogenannte Intentions-Verhaltens-Lücke vermieden und das tatsächliche Kaufverhalten analysiert werden kann.

## Methode

Zur Identifikation relevanter sozio-demographischer Einflussfaktoren wird ein zweistufiges Schätzverfahren nach Heckman (1979) angewendet. Diese Methode eignet sich insbesondere für die Auswertung von Datensätzen, in denen Stichprobenverzerrungen ein Problem sein können. Diese Problematik kann insbesondere bei Konsumdaten wie jenen der HABE aufgrund des Datenerhebungsprozesses oder der Selbstselektion der untersuchten Haushalte auftreten. Das Heckman-Modell berücksichtigt zusätzlich, dass es sich bei der zu erklärenden Variablen um eine zensierte Variable handelt, deren Werte unterhalb eines Schwellenwertes nicht bekannt und zu einem einzigen Wert zusammengefasst sind.

Die Konsumententscheidung für Bio-Lebensmittel wird hierbei in zwei Schritten untersucht. Im ersten Teil der Analyse wird ein Modell geschätzt, das die Wahrscheinlichkeit, dass ein Haushalt Bio-Produkte konsumiert, analysiert (Partizipationsentscheidung). Die Haushalte werden demnach in Konsumenten und Nichtkonsumenten von Bio-Lebensmitteln unterschieden und diejenigen Einflussfaktoren identifiziert und gemessen, die für den Kauf von Bio-Lebensmitteln von Bedeutung sind. Im zweiten Schritt wird der Einfluss verschiedener Haushaltscharakteristika auf den Ausgabenanteil derjenigen Haushalte analysiert, die im Beobachtungszeitraum Bio-Lebensmittel gekauft haben (Konsumententscheidung). Dabei wird



zusätzlich ein Korrekturterm, der nach der Schätzung des Wahrscheinlichkeitsmodells berechnet wird, in das Modell integriert, um möglichen Stichprobenverzerrungen Rechnung zu tragen.

## Resultate

Das Ergebnis der Analyse nach Heckman (1979) zeigt, dass die Haushaltsgrösse negativ mit der Wahrscheinlichkeit Bio-Lebensmittel zu kaufen korreliert ist. Entgegen den Erwartungen haben jedoch auch Einpersonenhaushalte eine geringe Neigung Bio-Lebensmittel zu konsumieren. Die Ergebnisse der zweiten Stufe, die die Höhe des Ausgabenanteils schätzt, zeigen allerdings, dass Einpersonenhaushalte, welche Bio-Lebensmittel kaufen, im Vergleich zu Haushalten mit mehr als einer Person anteilig mehr für Bio-Lebensmittel ausgeben. Dazu passt auch, dass grössere Haushalte im Vergleich dazu weniger konsumieren.

Des Weiteren kann festgestellt werden, dass Haushalte, in denen eine Frau am meisten zum Haushaltseinkommen beiträgt, sowie Haushalte in der Deutsch- und rätoromanischen Schweiz mit grösserer Wahrscheinlichkeit Bio-Lebensmittel kaufen und anteilig mehr ausgeben. Vergleichsweise werden in der Romandie am wenigsten Bio-Lebensmittel konsumiert. Somit reiht sich diese noch hinter der italienischsprachigen Schweiz ein.

Im Gegensatz zu Studien aus anderen europäischen Ländern kann im Rahmen dieser Analyse kein klar positiver Einfluss von Kindern auf die Bio-Kaufentscheidung nachgewiesen werden. Zum einen beeinflusst das Vorhandensein von mindestens einem Kleinkind im Haushalt die Kaufwahrscheinlichkeit und den Ausgabenanteil für Bio-Produkte zwar positiv, allerdings sinken sowohl die Kaufwahrscheinlichkeit als auch der Ausgabenanteil je mehr Kinder im Haushalt leben. Mit einer höheren finanziellen Belastung kann dies hier nicht nachweislich in Verbindung gebracht werden, da sich ein höheres Einkommen gemäss den Ergebnissen dieser Studie höchstens geringfügig positiv auf die Kaufwahrscheinlichkeit auswirkt, jedoch nicht auf den Ausgabenanteil.

Die Höhe der Gesamtausgaben für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke wirkt sich kaum positiv auf den Bio-Konsum aus. Hingegen beeinflusst der Anteil, den ein Haushalt für den Ausserhauskonsum (gemessen an den Gesamtausgaben für Lebensmittel) ausgibt, die Wahrscheinlichkeit Bio-Lebensmittel zu kaufen klar negativ. Betrachtet man allerdings nur die konsumierenden Haushalte, so hat die relative Höhe des Ausserhauskonsums keinen Einfluss darauf, wie viel ein Haushalt anteilig für Bio-Lebensmittel für den Heimverzehr ausgibt.

## Schlussfolgerungen

Die Analyse des Samples der HABE zeigt, dass die Auswertung von Konsumdaten eine wesentliche Ergänzung zu den bisher verwendeten Analysemethoden (Befragungen, Experimenten) ist. Relevante Faktoren, welche die Bio-Konsumentscheidung von Schweizer Privathaushalten beeinflussen, können im Rahmen dieser Analyse identifiziert werden. Demnach konsumieren Haushalte in der Deutschschweiz, Haushalte mit einer Hauptverdienerin, eher kleine Haushalte, Haushalte mit geringem Ausserhauskonsum sowie solche mit kleinen Kindern und eher höherem Einkommen mit grösserer Wahrscheinlichkeit Bio-Lebensmittel. Im Gegensatz dazu kaufen grosse Haushalte, Haushalte mit vielen Kindern sowie jene in der italienisch- und französischsprachigen Schweiz eher keine Bio-Lebensmittel.



Schweizerische Gesellschaft für Agrarwirtschaft und Agrarsoziologie  
Société Suisse d'Economie et de Sociologie rurales  
Swiss Society for Agricultural Economics and Rural Sociology

Ähnliches trifft auf die Höhe des Ausgabenanteils zu. Lediglich das Einkommen und der Ausgabenanteil für den Ausserhauskonsum haben keinen nachweisbaren Einfluss darauf, wie viel ein Haushalt für Bio-Lebensmittel ausgibt.

Das Wissen um die haushaltsbezogenen Faktoren, die beim Kauf von Bio-Lebensmitteln eine Rolle spielen, ist in vielerlei Hinsicht von Bedeutung und Vorteil. Zu wissen, wer in der Schweiz Bio-Lebensmittel nachfragt, mindert zum einen das Risiko für die landwirtschaftliche Produktion und gibt den Landwirten mehr Planungssicherheit. Zum anderen ist dies eine wichtige Voraussetzung für die Gestaltung agrarpolitischer Massnahmen und für das Marketing von Bio-Lebensmitteln.

Dabei sollte jedoch nicht ausser Acht gelassen werden, dass eine solche Analyse nicht alle relevanten Einflussfaktoren identifizieren kann. Wie in anderen Studien, die Konsumdaten auswerten, ist auch hier die Verfügbarkeit von Daten und Informationen ein entscheidender begrenzender Faktor. Die zusätzliche Berücksichtigung qualitativer und nicht-soziodemographischer Faktoren kann die Aussagekraft der Resultate verbessern und Aufschluss über die Präferenzen und Konsummotive sowie die Einstellung von Schweizer Konsumenten geben.

## **Literatur**

Heckman, J. J. (1979). Sample Selection Bias as a Specification Error. *Econometrica – Journal of the Econometric Society* 47: 153–161.