

DIE ANGST VORM PREIS

—> Studie erforscht Einkaufsverhalten

AUTORIN:

Prof. Katrin Zander, Universität Kassel, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing

DARUM GEHT'S:

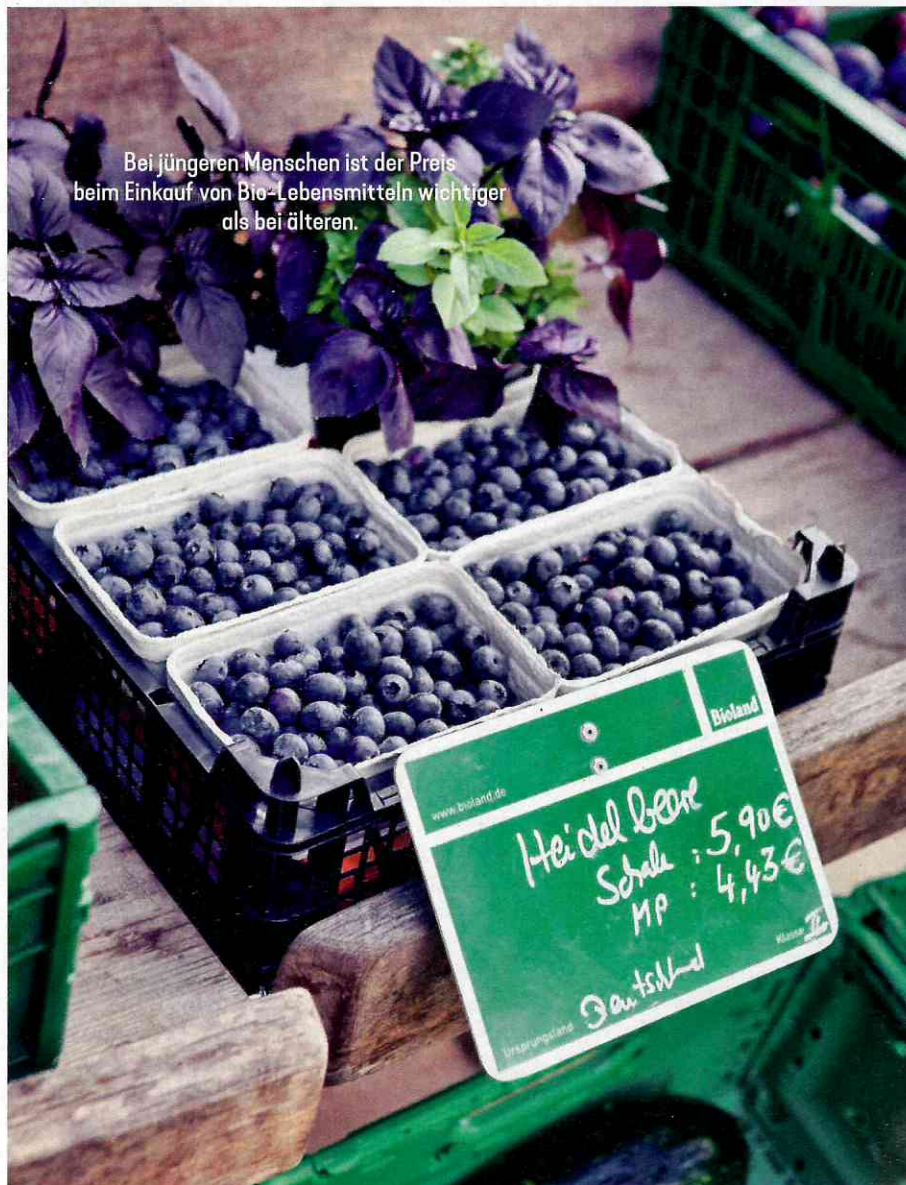
Globale Ereignisse beeinflussen das Konsumverhalten, aber auch Meinungen über Bio-Lebensmittel, deren Image. Dabei ist nicht immer entscheidend, ob die Annahmen der Realität entsprechen.

Außergewöhnliche Rahmenbedingungen haben die Märkte für Bio-Lebensmittel in den vergangenen Jahre erheblich beeinflusst. So stieg die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln in den Jahren 2020 und 2021, weil die Außer-Haus-Verpflegung Corona-bedingt stark eingeschränkt war und Verbraucher:innen ihre Speisen gerne aus Bio-Produkten zubereiteten. Anschließend kam es im Jahr 2022 zu leichten Rückgängen. 2024 stiegen Verbraucherausgaben wieder. Es war zu erwarten, dass die Menschen wieder weniger für Bio-Lebensmittel im Einzelhandel ausgeben, sobald Mensen, Kantinen und Restaurants öffnen. Aktuell liegen die Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel um 25 Prozent über den Ausgaben im Vor-Corona-Jahr 2019. Allerdings haben sich Verschiebungen ergeben und der Lebensmitteleinzelhandel, allen voran die Discounter, sind stärker geworden und konnten Marktanteile gewinnen. Dennoch: Der Marktanteil von Bio-Lebensmitteln liegt nur zwischen 6 und 7 Prozent und bietet somit reichlich Ausdehnungspotenzial.

Verbraucherbefragungen zeigen immer wieder, dass Bio-Lebensmittel wegen des Tierwohls, des Beitrags zum Umweltschutz, der geringeren Pflanzenschutzmittelrückstände, der Gesundheit und der Naturbelassenheit geschätzt werden. Warum ist dann die Nachfrage nicht höher? Hierzu sind die Studienergebnisse relativ einheitlich, allem voran werden der höhere Preis und fehlendes Vertrauen in Bio genannt.

Argumente gegen Bio

Um die Bedeutung der Preise und ihrer Wahrnehmung für den Kauf von Bio-Produkten vertiefend zu untersuchen,



Bei jüngeren Menschen ist der Preis beim Einkauf von Bio-Lebensmitteln wichtiger als bei älteren.

wurde an der Universität Kassel im Mai 2023 eine quantitative Online-Studie mit 742 zufällig ausgewählten Teilnehmer:innen durchgeführt.

Die Ergebnisse dieser Erhebung zeigen erneut, dass höhere Preise nach wie vor das wichtigste Argument gegen den Kauf von Bio-Lebensmitteln sind. Vergleicht man die Ergebnisse der Erhebung aus dem Mai 2023 mit denen einer Studie aus dem Jahr 2019 wird deutlich, dass der hohe Preis bei jüngeren Menschen ein größeres Hemmnis ist als bei älteren Menschen. Dies kann daran

liegen, dass jüngere Menschen meist mit einem geringeren Einkommen zurechtkommen müssen. Allerdings wurde der höhere Preis in der neueren Erhebung seltener genannt. Plastikverpackungen bei Bio-Produkten sind als Kaufhemmnis wichtiger geworden, fehlende Vertrauenswürdigkeit hat an Bedeutung verloren.

Das wiederkehrende Preisargument gegen den Kauf von Bio-Lebensmitteln wirft die Frage nach den tatsächlichen Preisaufschlägen auf, also den prozentualen Preisunterschieden zwischen konven-

tionellen und Bio-Lebensmitteln. Eine Auswertung der Daten der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) für die Verbraucherpreise 2025 für verschiedene Lebensmittel zeigt, dass die Preisauflschläge für Bio-Lebensmittel in den vergangenen Jahren gesunken sind. Während sie im Jahr 2008 meist bei 60 bis 80 Prozent lagen, beträgt der Bio-Aufpreis im Jahr 2024 nur noch 20 bis 40 Prozent. Ein wichtiger Grund dafür, dass die Preisauflschläge zusammenschmelzen, dürfte in den wachsenden Marktanteilen des LEH und vor allem der Discounter liegen. Ein weiterer Grund ist vermutlich, dass die konventionelle Landwirtschaft wesentlich stärker von den Preissteigerungen bei Dünge- und Futtermitteln betroffen war. Zudem laufen Liefer- und Abnahmeverträge im Bio-Sektor längerfristig, was allen Marktbeteiligten Planungssicherheit gibt.

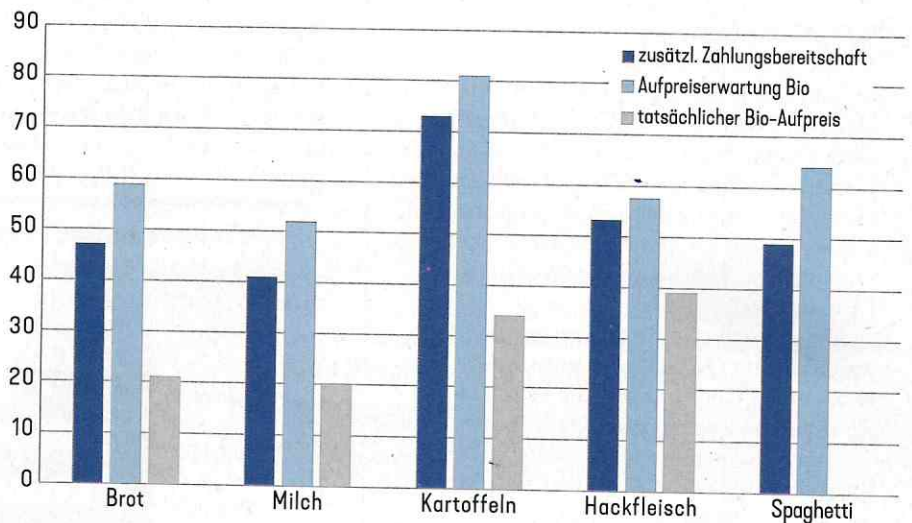
Irrationale Preiserwartung

Wie passen die tatsächlichen Preisauflschläge mit den Preiserwartungen der Verbraucher:innen für Bio-Lebensmittel zusammen? Im Mai 2023 wurden die Probanden gefragt, welchen Preisabstand zum konventionellen Produkt sie für die fünf Bio-Produkte Brot, Milch, Kartoffeln, Hackfleisch und Spaghetti erwarten. Die erwarteten Preisauflschläge beliefen sich auf 64 Prozent bei Brot, 59 Prozent bei Milch, 85 Prozent bei Kartoffeln, 70 Prozent bei Hackfleisch und 68 Prozent bei Spaghetti (Abbildung, hellblaue Säule). Bei allen Produkten liegen die Preiserwartungen deutlich über den tatsächlichen Preisauflschlägen (Abbildung graue Säule), für Brot liegen keine Zahlen aus der Statistik vor.

Die sehr hohen Preiserwartungen sprechen für ein Hochpreisimage von Bio-Lebensmitteln. Bio-Lebensmittel werden also als teurer wahrgenommen als sie tatsächlich sind. Dies kann einerseits aus der Historie begründet werden, denn früher waren die Preisauflschläge für Bio-Produkte höher. Dies kann andererseits aber auch damit begründet werden, dass die tatsächlichen Preise bei vielen Kunden während des Lebensmitteleinkaufs nur wenig Beachtung finden. Bestenfalls werden die Preise derjenigen Produkte angesehen, die gekauft werden. Preisvergleiche finden nur selten statt, da der Lebensmitteleinkauf gewohnheitsmäßig erfolgt: Meist muss es schnell gehen, so dass man überwiegend zu denselben Produkten greift. Die Preiskenntnis ist meist besser bei den Produkten, die

→ Preiserwartung und Zahlungsbereitschaft

Welchen Preisabstand vermuten Sie zwischen konventionellen und Bio-Produkten?



ERGEBNISSE IN %

QUELLE: UNIVERSITÄT KASSEL (2023), BRÜMMER ET AL. (2019)

bioland-Fachmagazin

häufiger gekauft werden, sogenannten Eck- oder Ankerprodukten, wie zum Beispiel Milch. Jedoch dürfte selbst hier die Preiskenntnis unter den stark schwankenden Preisen der vergangenen Jahre sowohl bei konventionellen als auch bei Bio-Milch gelitten haben.

Angebote locken

Bevor die Befragungsteilnehmenden nach ihren Preiserwartungen für Bio-Lebensmittel gefragt wurden, wurden sie gebeten, ihre zusätzliche Zahlungsbereitschaft für die fünf betrachteten Bio-Lebensmittel zu nennen (Abbildung dunkelblaue Säule). Für alle Produkte lag die zusätzliche Zahlungsbereitschaft im Durchschnitt 15 bis 20 Prozent unter der jeweiligen Preiserwartung. Das heißt, dass die Zahlungsbereitschaft im Durchschnitt nicht ausreicht, um Bio-Produkte zu kaufen, dies aber nicht, weil die Preise für Bio-Produkte tatsächlich die Zahlungsbereitschaft übertreffen, sondern weil die Preiserwartung höher als die Zahlungsbereitschaft ist.

Preise gestalten

- Für die Kaufentscheidung sind wahrgenommene Preise relevant.
- Bio hat ein Hochpreisimage, das die Kaufentscheidung für Bio-Lebensmittel bei preissensiblen Kund:innen beeinträchtigt.
- Die Preiskenntnis der meisten Verbraucher:innen ist gering, sodass

ein Absenken des allgemeinen Preisniveaus nicht zielführend ist.

- Verbraucher:innen müssen auf die tatsächlichen Preise offensiv hingewiesen werden, gerade bei sogenannten Eck- oder Ankerprodukten wie Butter oder Milch, bei denen die Preiskenntnis besser ist.
- Die Entscheidung, Bio zu kaufen, sollte durch gelegentliche Sonderangebote gerade für häufig gekaufte Produkte erleichtert werden. Fast jeder kauft gerne auch mal günstig ein, das gilt auch für die Bio-Kundschaft.

Es geht nicht darum, die Preise allgemein zu senken. Dies könnte zu einem Vertrauensverlust führen, denn die Produktion von Bio-Lebensmitteln ist teurer, vor allem, weil sie weniger externe Kosten verursacht, die von der Gesellschaft insgesamt getragen werden. Das ist vielen Konsument:innen bewusst.

Es geht vielmehr darum, die Bedürfnisse der Kund:innen ernst zu nehmen, die einfache Entscheidungshilfen auch im Einkauf von Bio-Lebensmitteln wünschen. Gleichzeitig gilt es, die Wahrnehmung von Bio-Lebensmitteln als hochwertige und vertrauenswürdige Produkte zu stärken. Auch hierzu müssen entsprechende Informationen ansprechend und niedrigschwellig verfügbar sein. ←

Weitere Infos: www.tinyurl.com/44yk98uw

Viele Kartoffeln

Preise unter Vorjahresniveau

Nach einem wechselhaften Sommer konnten Landwirte und Landwirtinnen weitgehend planmäßig Kartoffeln roden. Das Mengenangebot ist groß. Vielerorts berichten Erzeuger:innen von normalen bis überdurchschnittlichen Erträgen. Die Anbaufläche für Bio-Speisekartoffeln hat sich im Vergleich zum Vorjahr erneut leicht ausgeweitet. Branchenkenner gehen von einem Plus von rund 5 bis 7 Prozent aus.

Die angelieferten Partien zeigen eine überwiegend gute Qualität. Drahtwürmer waren vermehrt in Knollen aktiv, die länger im Boden blieben. Auch grüne Knollen und Rhizoctonia sind vereinzelt ein Thema. Die Absortierungen bewegen sich laut Vermarktern im üblichen Rahmen. Auffällig ist allerdings der hohe Anteil an großfallender Ware. Wie sich die Qualität während der Lagerung entwickeln wird, lässt sich derzeit noch nicht einschätzen. Sicher ist: Bio-Kartoffeln reichen voraussichtlich bis weit ins kommende Jahr hinein.

Die Angebotsfülle wirkt sich auf die Preisentwicklung aus. Die Erzeugerlöhne liegen im Schnitt bei rund 40 Euro/dt franko Packbetrieb. Damit bewegen sie sich unter dem Niveau der Vorjahre. In der Saison 2024/25 erhielten die Landwirte im Durchschnitt etwa 35 Euro/dt mehr, und auch 2023/24 war die preisliche Lage deutlich erfreulicher. Teilweise wird Ware aktuell unter dem genannten Niveau gehandelt. Ob die Talsohle bereits erreicht ist oder noch weitere Preisrückgänge folgen, bleibt unter Marktteilnehmern umstritten.

Die Nachfrage ist in dieser Saison ebenfalls ein entscheidender Faktor. Während die sommerlich warmen Temperaturen und die Ferienzeit im August nur begrenzt Impulse setzten, haben sich die Absatzchancen mit dem Herbstbeginn verbessert. Mit dem Ende der Sommerferien in Bayern und Baden-Württemberg stieg die Nachfrage spürbar, auch unterstützt durch gezielte Aktionen des Handels. Besonders der Discount setzt dabei auf preisgünstige Angebote, um zusätzliche Mengen in den Markt zu bringen.

Für die kommenden Monate ist entscheidend, wie sich das Zusammenspiel von Angebot, Qualität und Nachfrage entwickelt. Das große Volumen sorgt zwar für Versorgungssicherheit, nicht aber unbedingt für stabile Preise.

Christine Rampold, AMI

Große Ernte Bio-Zwetschgen

Angebot übersteigt Nachfrage

Nach dem frühen Vegetationsbeginn hat die Zwetschgensaison früh begonnen. Deutsche Bio-Zwetschgen gibt es seit Juli überall aus regionalem Anbau. Im Süden gab es bereits Hauptertragssorten wie Katinka und Cacaks Schöne, selbst im Norden Deutschlands standen die ersten Frühsorten zur Ernte an. Zum August hat das Angebot die Nachfrage deutlich übertroffen. Die

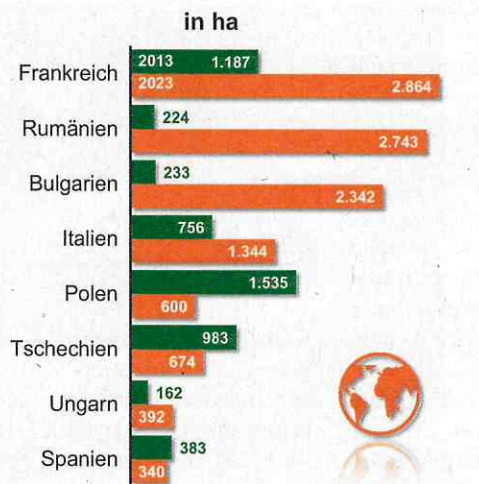
Preise sind rasch gesunken und haben den Markt unter Druck gesetzt – auch im konventionellen Obstbau. Während in Süddeutschland bereits spätere Sorten wie die Doppelte Hauszwetschge gepflückt wurden, standen im Alten Land Mitte August noch Frühsorten wie Cacaks Schöne oder Tegera auf dem Pflückplan. Die Haupterntemengen der ost- und norddeutschen Anbauggebiete sind auf einen gut gefüllten Markt getroffen und haben die Preise weiter gedrückt.

Die deutsche Bio-Zwetschgenfläche hat sich laut Statistischem Bundesamt in den vorigen Jahren kaum geändert.

Die neueste Erhebung von 2022 ergibt eine Fläche von 314 ha (2017: 294 ha). Die Agrarstrukturhebung ergab 2023 und 2024 eine Fläche von je 309 ha, die Erntemenge lag 2022 bei 20.688 t, 2023 bei 21.002 t und 2024 bei 23.378 t.

Tim Brauweiler, AMI

→ **Teils rasantes Flächenwachstum**
Bio-Anbaufläche von Pflaumen/Zwetschgen nach Ländern (2013 und 2023)



QUELLE: AMI

bioland-Fachmagazin

→ Großhandelspreise August 2025

bio, frei Verarbeiter bzw. Schlachthof ohne MwSt.

EURO/T BZW. EURO/KG SG	VON	Ø	BIS	Ø VORMONAT	Ø VORJAHRES- MONAT
Dinkel, Rohware, vorgereinigt	440	475	500	478	-
Speiseroggen, vorgereinigt	380	381	395	387	308
Hafer, vorgereinigt	420	429	480	436	420
Futterweizen	320	358	375	361	316
Mastschweine E	4,49	4,65	4,72	4,68	4,43
Färsen R	6,75	7,12	7,35	7,12	5,37

ALLE GETREIDE TERMINKONTRAKTE, ERNTE 2025

QUELLE: AMI

bioland-Fachmagazin