



Bundesministerium  
für Landwirtschaft, Ernährung  
und Heimat

**BÖL**  
BUNDESPROGRAMM  
ÖKOLOGISCHER LANDBAU

# Öko-Barometer 2024

Umfrage zum Konsum von Bio-Lebensmitteln



[oekolandbau.de](https://oekolandbau.de)

[bmlch.de](https://bmlch.de)

# INHALT

**1**

*Ergebnistelegramm mit Vergleich  
zum Öko-Barometer 2022*

**04**

**2**

*Konsum von Bio-Lebensmitteln*

**07**

**3**

*Schwerpunktthema 2024:  
Bio in der Gastronomie*

**17**

**4**

*Studienhintergrund:*

**27**





## 1

## Ergebnistelegamm: Artgerechte Tierhaltung und gesunde Lebensmittel sind die häufigsten Motive für den Einkauf von Bio-Lebensmitteln.

**38 Prozent** der Befragten geben an, **häufig (34 Prozent) oder ausschließlich (4 Prozent) Bio-Lebensmittel zu kaufen**. Unter den befragten Frauen fällt der Anteil mit 44 Prozent höher aus als bei den Männern (33 Prozent). Darüber hinaus geben 46 Prozent der Befragten an, gelegentlich Bio-Lebensmittel zu kaufen.

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (87 Prozent) geht davon aus, (auch) zukünftig zu Bio-Lebensmitteln greifen zu wollen. **So beabsichtigen 45 Prozent der Befragten, häufig (40 Prozent) oder ausschließlich (5 Prozent) Bio-Lebensmittel zu erwerben**. 42 Prozent geben an, dass sie dies zumindest gelegentlich tun werden. Auch im Hinblick auf ihr künftiges Kaufverhalten wollen Frauen mit 51 Prozent und Männer mit 38 Prozent weiterhin Bio-Lebensmittel häufig oder ausschließlich kaufen. 15 Prozent aller Befragten kaufen derzeit nach eigenen Angaben nie Bio-Lebensmittel. Vier von fünf dieser Befragten planen, auch in Zukunft keine Bio-Lebensmittel zu erwerben.

Die **Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln ist bei Eiern sowie Gemüse und Obst am größten**, gefolgt von Milchprodukten, Kartoffeln sowie Fleisch- und Wurstwaren. Süßwaren und alkoholische Getränke werden seltener in Bio-Qualität gekauft. 55 bzw. 67 Prozent der Befragten geben jeweils an, diese Bio-Produkte nie zu erwerben bzw. die betreffende Produktkategorie generell nicht zu kaufen.

Gekauft werden Bio-Lebensmittel mit Abstand **am häufigsten im Supermarkt: Circa neun von zehn befragten Bio-Käuferinnen und -Käufern** nutzen das Bio-Angebot der Supermärkte. Auf dem **zweiten Platz** folgt **mit 76 Prozent der Discounter**. Jeweils etwas mehr als jede zweite befragte Person, die Bio-Lebensmittel erwirbt, kauft diese auf dem Wochenmarkt, direkt bei den erzeugenden Betrieben bzw. in der Bäckerei. Jeweils etwa die Hälfte der Befragten nutzt für den Einkauf Drogeriemärkte oder Metzgereien. Im Bio- oder Naturkostladen bzw. in einer Bio-Supermarkt-Kette erwerben jeweils etwa vier von zehn Bio-Käuferinnen und -Käufern ihre Produkte. Etwas mehr als ein Zehntel gibt an, Bio-Lebensmittel im Internet zu kaufen.

**Möglichst naturbelassene Lebensmittel, artgerechte Tierhaltung, eine gesunde Ernährung und regionale Herkunft/Unterstützung regionaler Landwirtschaft** sind mit Zustimmungsraten von jeweils **deutlich mehr als 80 Prozent die wichtigsten Gründe** für den Kauf von Bio-Lebensmitteln. Nur unwesentlich seltener werden weniger Zusatz- und Verarbeitungshilfsstoffe als Grund angegeben. Fast ebenso bedeutsam für die Befragten ist die Vermeidung von Pflanzenschutzmittelrückständen. Als weitere wichtige Gründe erweisen sich die Einhaltung von Sozialstandards und faire Einkommen für die Landwirtschaftsbetriebe, die Verfügbarkeit von Bio-Lebensmitteln in den gewohnten Einkaufsstätten und die Sicherheit, Lebensmittel zu erhalten, die ohne Gentechnik hergestellt wurden.

**81 Prozent der Käuferinnen und Käufer geben an, dass ihr Interesse an Bio-Lebensmitteln auf ihre eigene Initiative zurückgeht**. Häufiger wird das Interesse an Bio-Lebensmitteln durch private Kontakte zu anderen Bio-Nutzerinnen und -Nutzern im engeren persönlichen Umfeld (53 Prozent) sowie durch die Neugier hinsichtlich eines veränderten Sortiments oder neuer Produkte im gewohnten Supermarkt (50 Prozent) geweckt bzw. bestärkt. Jeweils ein Drittel fühlt sich durch redaktionelle (Online-)Artikel und Beiträge in der Tages-/Publikums- presse bzw. in Radio und Fernsehen angeregt.

Von den vorgegebenen **Aspekten für den Einkauf von Bio-Lebensmitteln** werden am häufigsten eine **artgerechte Tierhaltung (55 Prozent) und gesunde Lebensmittel (48 Prozent) als wichtigster oder als zweitwichtigster Aspekt** ausgewählt. Faire Bedingungen bei Produktion und Handel werden von einem Viertel der befragten Bio-Käuferinnen und -Käufer angegeben, der Geschmack von etwas weniger als einem Viertel. Der Klimaschutz ist für nahezu ein Fünftel der wichtigste oder zweitwichtigste Aspekt.

## Vergleich zum Öko-Barometer 2022: Die Häufigkeit, bei bestimmten Produkten zu Bio zu greifen, ist gestiegen und auch die Absicht, dies in Zukunft (weiter) zu verfolgen.

**Bio-Lebensmittel erfahren weiterhin eine hohe Wertschätzung.** Mehr als vier von fünf Verbraucherinnen und Verbrauchern greifen zumindest gelegentlich zu Bio-Lebensmitteln (2024: 84 Prozent, 2022: 85 Prozent).

Die Angaben zur Kaufhäufigkeit von Bio-Lebensmitteln liegen bei „häufig“ und „ausschließlich“ mit 38 Prozent weitgehend auf dem Niveau von 2022 und den Jahren davor (2022: 36 Prozent, 2021: 38 Prozent, 2020: 37 Prozent). Der Anteil der gelegentlichen Bio-Käuferinnen und -Käufer ist nach der Zunahme vor zwei Jahren wieder leicht gesunken, liegt aber noch über dem Niveau der Jahre 2021 und 2020.

Eine Veränderung ist bei der **beabsichtigten zukünftigen Einkaufshäufigkeit von Bio-Lebensmitteln** zu registrieren: Nachdem vor zwei Jahren 42 Prozent der Befragten angegeben hatten, zukünftig häufig oder ausschließlich Bio-Lebensmittel erwerben zu wollen, sind es aktuell 45 Prozent. Der Anteil der Befragten, die häufig oder ausschließlich Bio-Lebensmittel kaufen wollen, nähert sich damit wieder dem Niveau der Jahre 2021 (47 Prozent) bzw. 2020 (48 Prozent) an.

**Frauen geben erneut zu größeren Anteilen als Männer an, häufig oder ausschließlich Bio-Lebensmittel zu erwerben.** Während das Einkaufsverhalten der Männer im Vergleich zu 2022 weitgehend konstant geblieben ist (2024: 33 Prozent, 2022: 32 Prozent), ist bei Frauen ein nennenswerter Anstieg (2024: 44 Prozent, 2022: 40 Prozent) zu registrieren.

Nachdem in den Jahren 2022 und 2021 die Anteile für den häufigen oder ausschließlichen Erwerb vieler Bio-Lebensmittel gesunken waren, werden **einige Produktkategorien wieder häufiger gekauft.** Dazu zählen insbesondere **solche aus tierischer Produktion wie Bio-Eier, Bio-Milchprodukte und Bio-Fisch** aus ökologischer Produktion (Zunahme um jeweils 4 Prozentpunkte).

**Supermärkte bleiben die meistgenutzten Einkaufsstätten für Bio-Lebensmittel.** Die Rangfolge der Einkaufsstätten hat sich gegenüber 2022 kaum geändert. In der Kundengunst **leicht gewonnen** hat der **Direktkauf bei erzeugenden Betrieben** (Zunahme um 4 Prozentpunkte auf 52 Prozent). Landwirtschaftsbetriebe liegen damit zusammen mit Bäckereien auf dem vierten Platz bei den bevorzugten Einkaufsorten für Bio-Lebensmittel. Nachdem das Internet als Einkaufsort 2022 gegenüber den Vorjahren deutlich hinzugewonnen hatte, werden Bio-Lebensmittel nun wieder etwas seltener online gekauft (Rückgang um 3 Prozentpunkte).

**Die häufigsten Gründe für den Erwerb von Bio-Lebensmitteln sind möglichst naturbelassene Lebensmittel, eine artgerechte Tierhaltung, eine gesunde Ernährung, die regionale Herkunft und die Unterstützung regionaler Landwirtinnen und Landwirte.** Im Vergleich zur letzten Befragung hat die Verfügbarkeit von Bio-Lebensmitteln in den gewohnten Einkaufsstätten an Relevanz gewonnen (Zunahme um 7 Prozentpunkte auf 78 Prozent). Auch der Geschmack wird etwas häufiger als noch vor zwei Jahren als Kaufgrund angegeben (Zunahme um 5 Prozentpunkte auf 72 Prozent).



A person is holding a large, woven wicker basket filled with fresh green herbs and vegetables. The basket is hanging from their shoulder. In the foreground, the front wheel and handlebars of a bicycle are visible. The background shows other people, suggesting a market or outdoor setting.

# 2

---

## Konsum von Bio-Lebens- mitteln

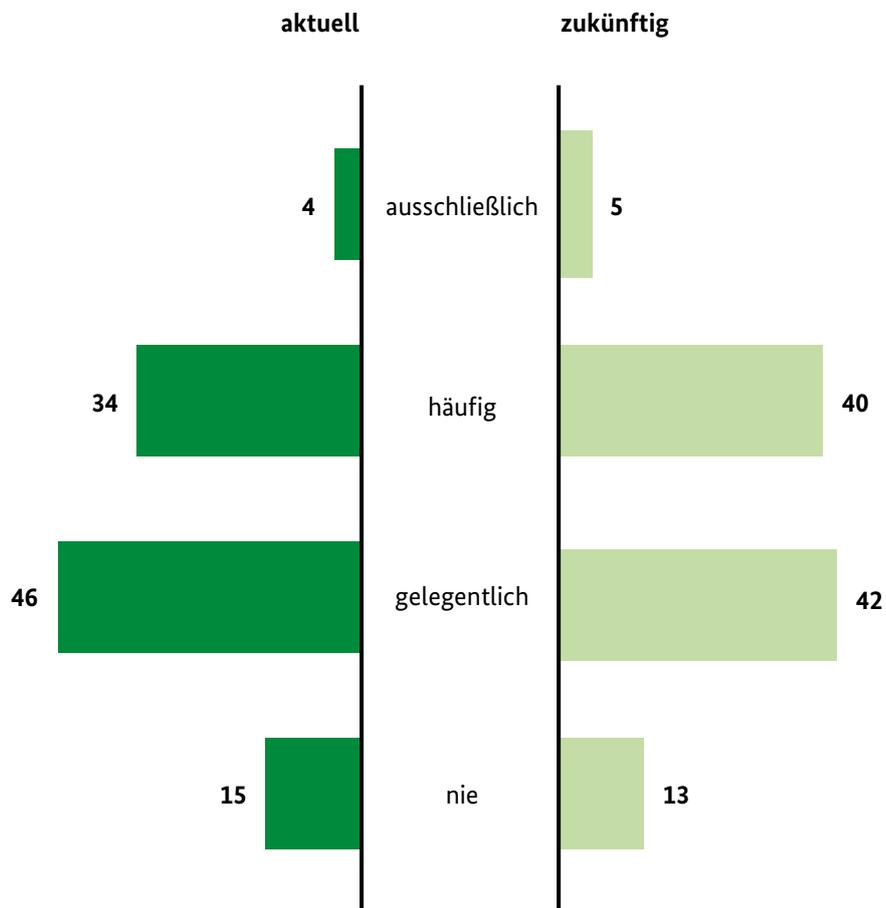
## Mehr als acht von zehn Befragten kaufen Bio-Lebensmittel.



### Fragen:

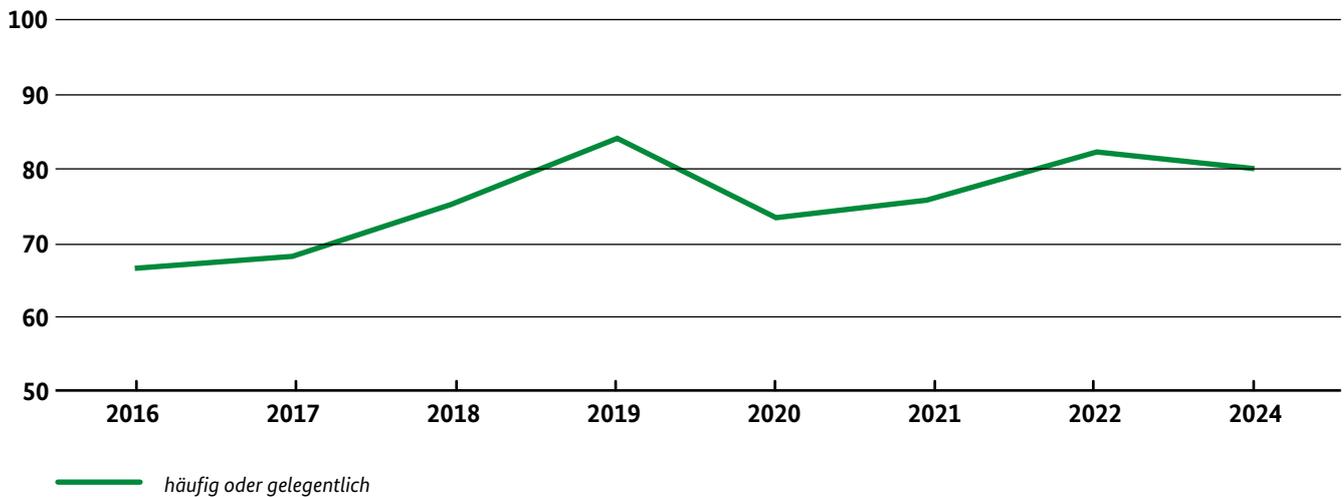
Was schätzen Sie, wie häufig kaufen Sie derzeit Bio-Lebensmittel ein?

Was schätzen Sie, wie häufig werden Sie in Zukunft Bio-Lebensmittel einkaufen?

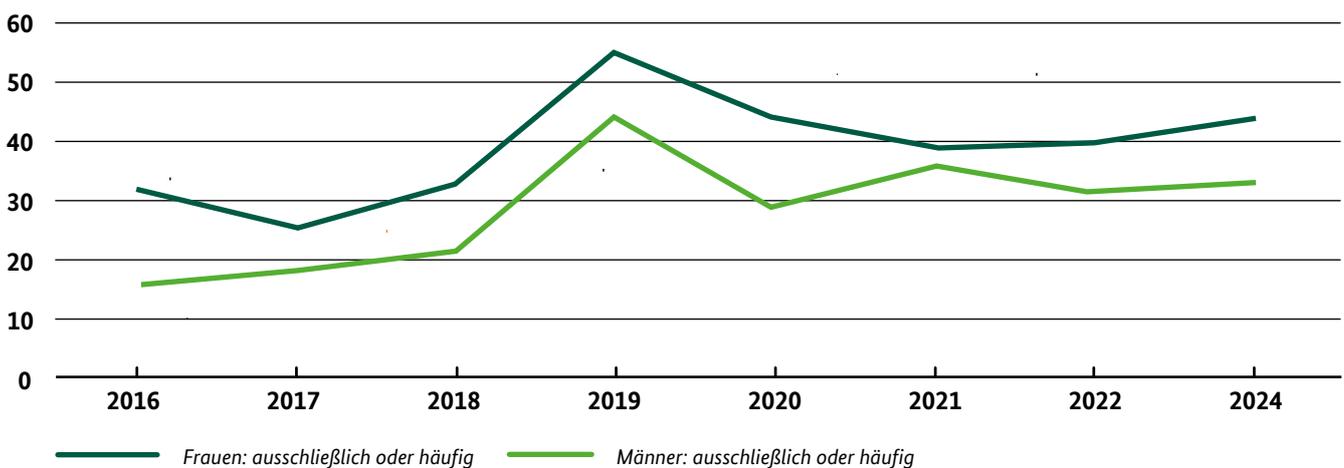


Angaben in Prozent; n = 1.014; Gesamtwerte von über oder unter 100 Prozent ergeben sich durch Rundungen der einzelnen Beträge

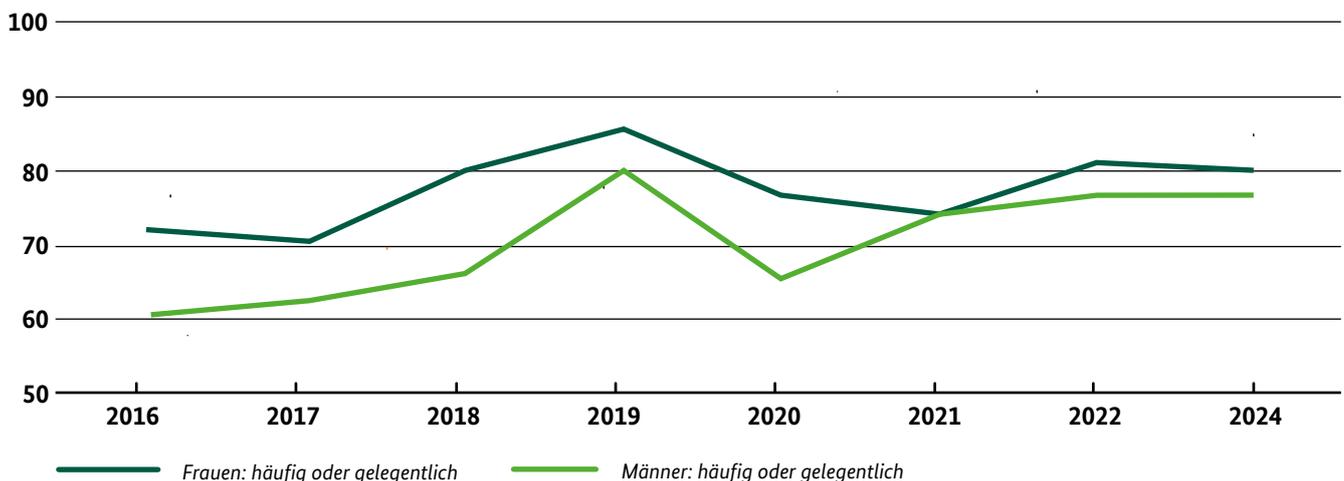
## Die Nachfrage hat sich nur geringfügig verändert: 80 % der Menschen greifen häufig oder gelegentlich zu Bio-Lebensmitteln.



## In ihrem Bio-Einkaufsverhalten unterscheiden sich Frauen und Männer stärker als noch vor zwei Jahren.

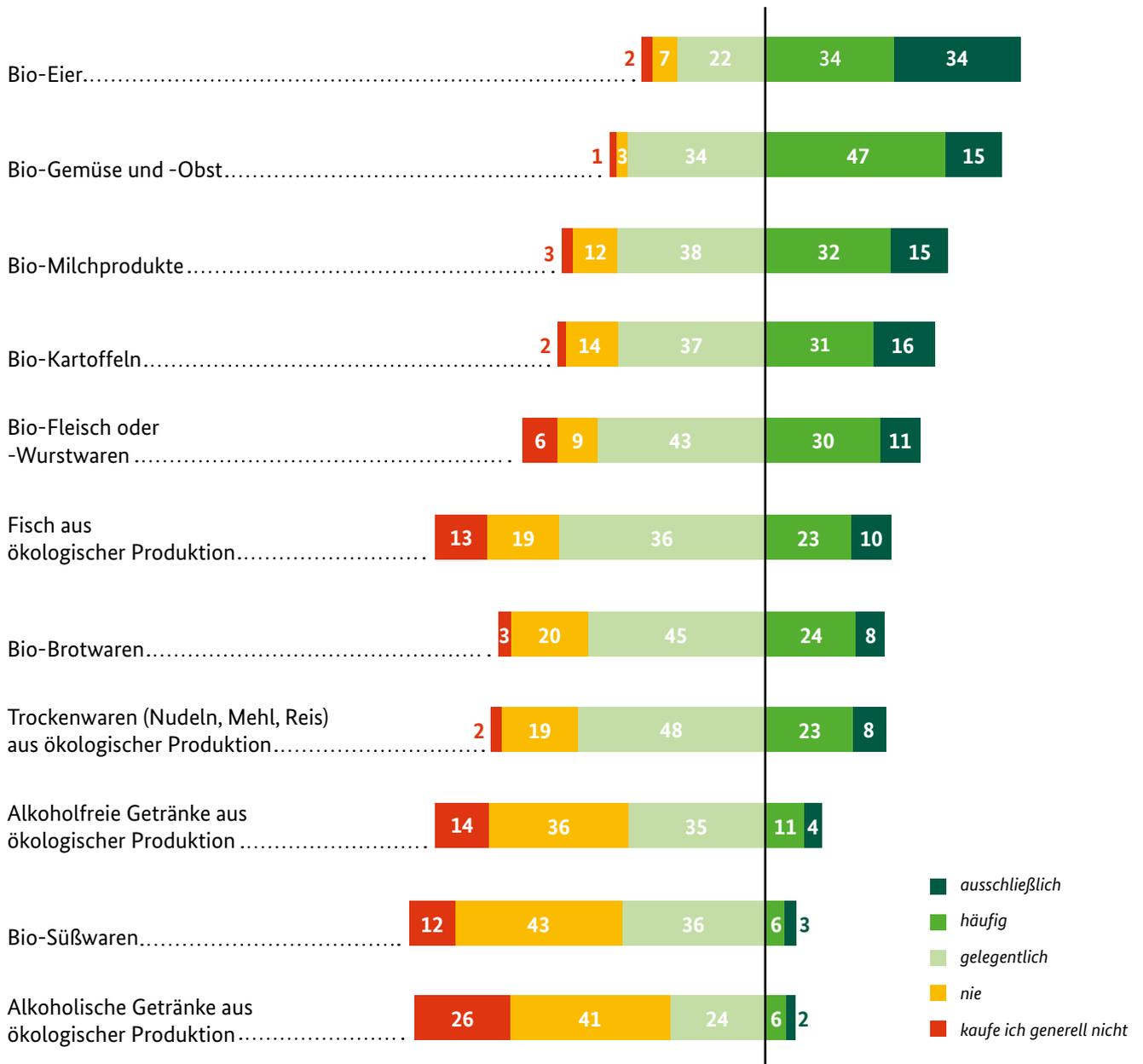


## Frauen kaufen weiterhin häufiger Bio-Lebensmittel als Männer.



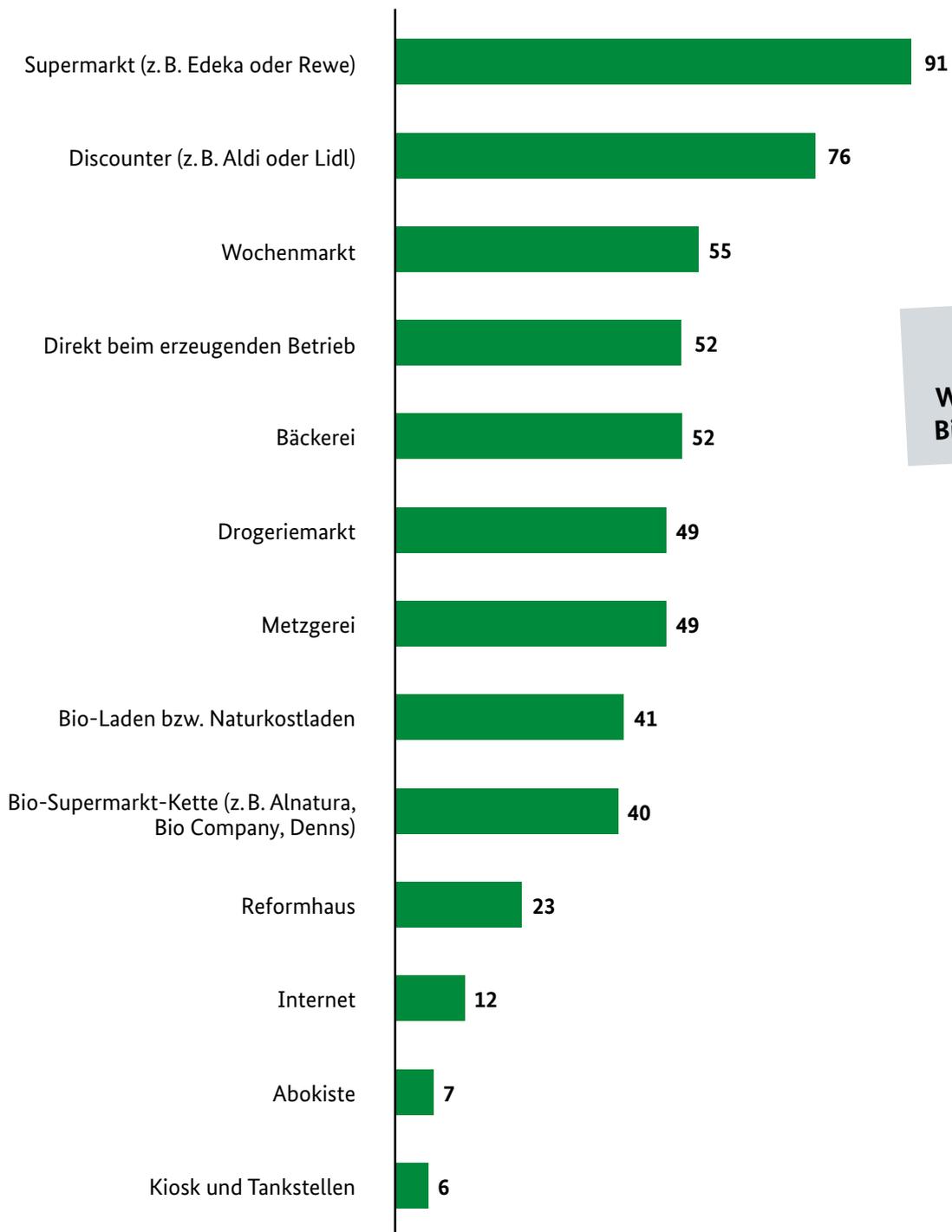
# Am häufigsten werden Eier, Gemüse und Obst in Bio-Qualität gekauft.

**Frage:**  
Wie häufig erwerben Sie die folgenden Bio-Produkte?



Angaben in Prozent; n = 876; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; an 100 Prozent fehlende Angaben: „weiß nicht“; Gesamtwerte von über oder unter 100 Prozent ergeben sich durch Rundungen der einzelnen Beträge

Jede zweite befragte Person, die Bio-Lebensmittel erwirbt, kauft diese direkt beim erzeugenden Betrieb.



Frage: **Wo kaufen Sie Bio-Produkte?** ?

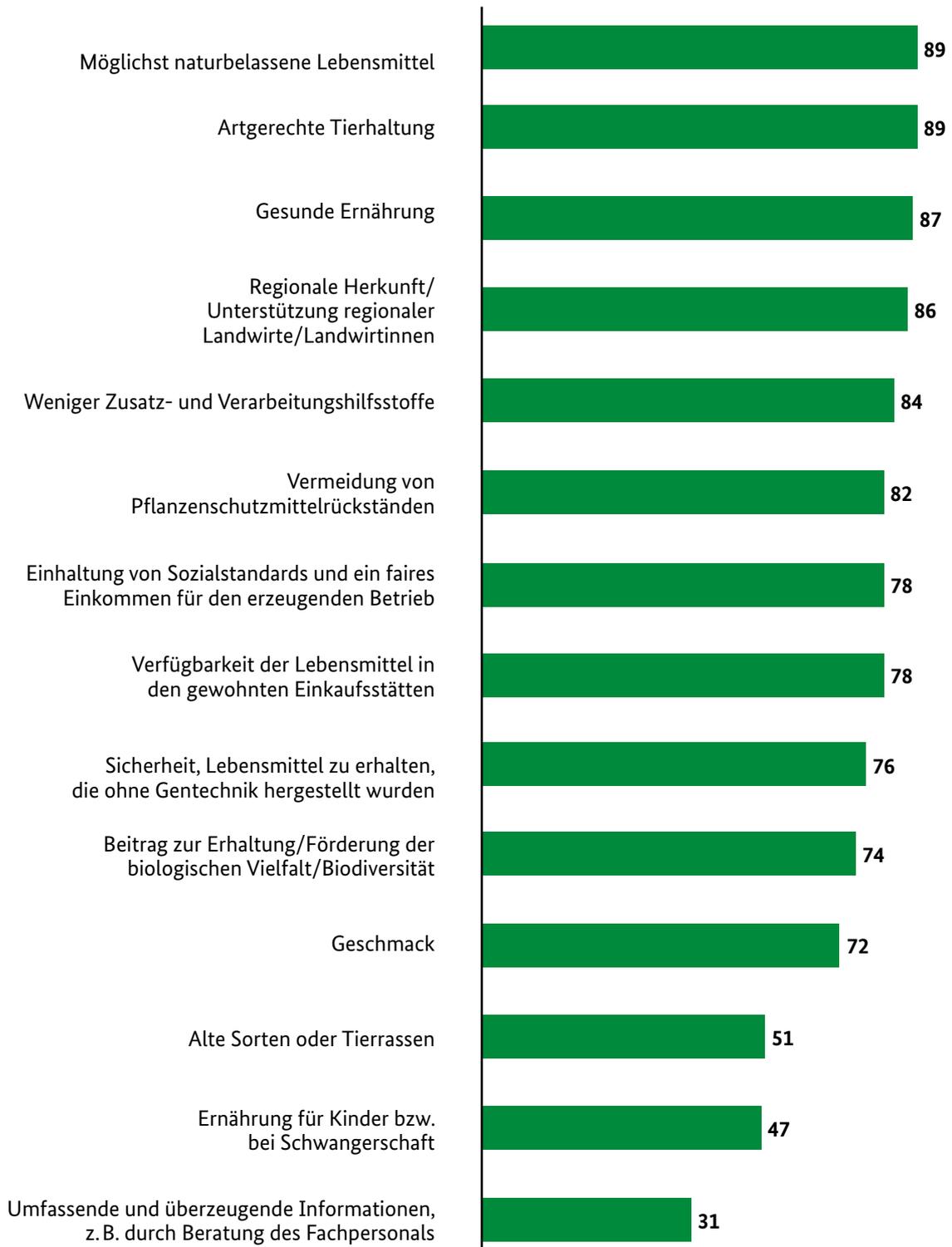
Angaben in Prozent; n = 876; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; nur Ja-Anteil dargestellt; Mehrfachnennungen möglich

## Naturbelassenheit, artgerechte Tierhaltung, gesunde Ernährung und regionale Herkunft sind die häufigsten Gründe für den Kauf von Bio-Lebensmitteln.



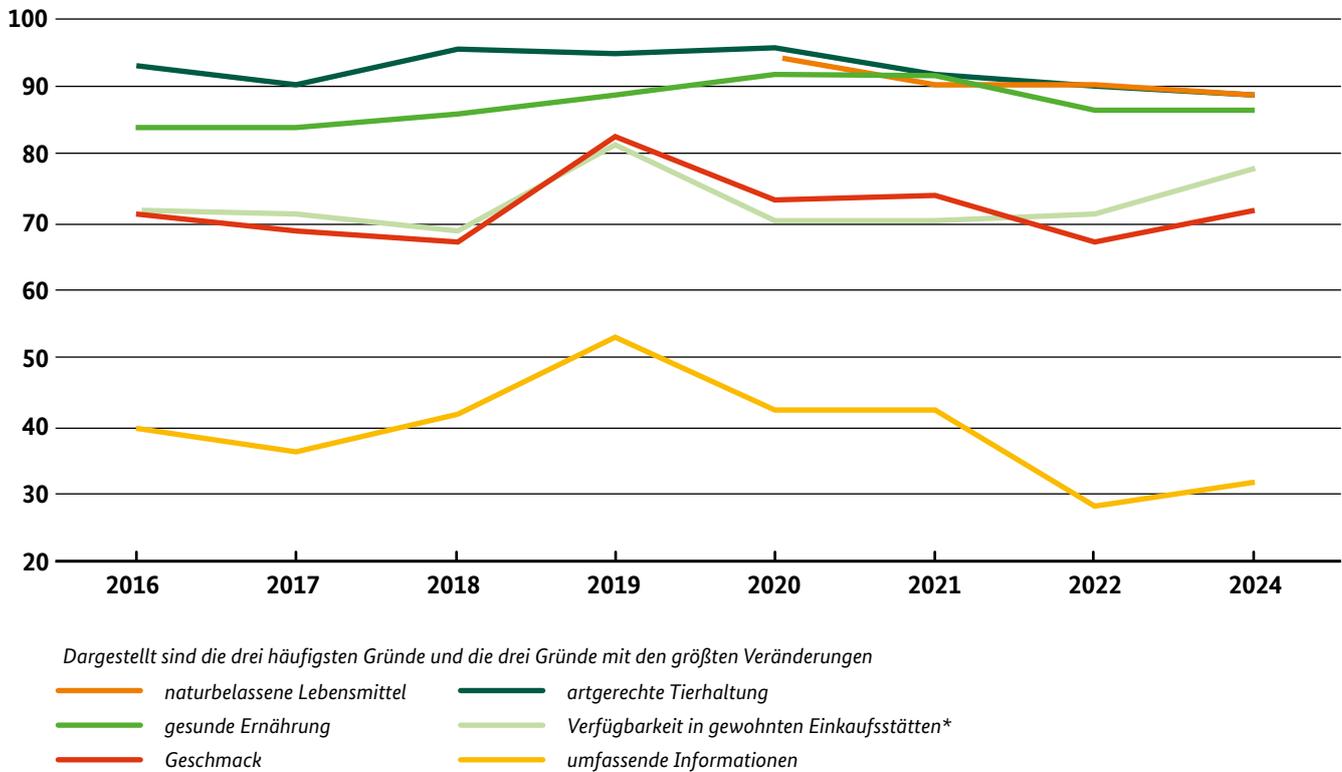
### Frage:

Was sind die Gründe, die Sie dazu veranlassen, Bio-Produkte zu kaufen?



Angaben in Prozent; n = 876; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; nur Ja-Anteil dargestellt; Mehrfachnennungen möglich

## Die Verfügbarkeit von Bio-Lebensmitteln in den gewohnten Einkaufsstätten hat nennenswert an Relevanz gewonnen.

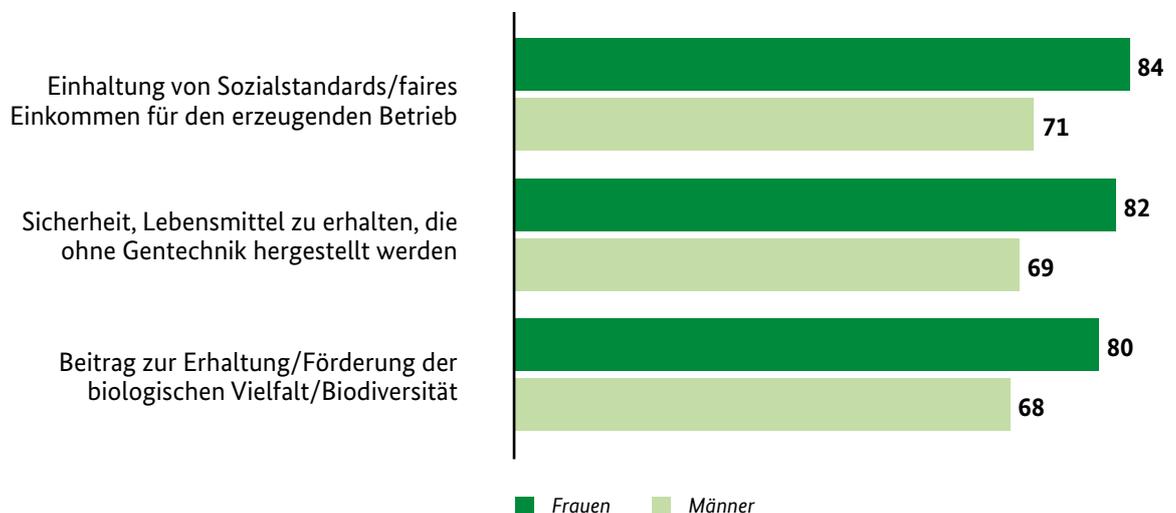


Dargestellt sind die drei häufigsten Gründe und die drei Gründe mit den größten Veränderungen

- naturbelassene Lebensmittel
- artgerechte Tierhaltung
- gesunde Ernährung
- Geschmack
- Verfügbarkeit in gewohnten Einkaufsstätten\*
- umfassende Informationen

\* Leicht geändertes Item gegenüber den Vorjahren.

## Bei diesen Gründen treten zwischen Frauen und Männern deutliche Unterschiede hervor.



Angaben in Prozent; n = 876; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; nur Ja-Anteil dargestellt; Mehrfachnennungen möglich

## Das Interesse an Bio-Lebensmitteln beruht hauptsächlich auf der eigenen Initiative der Verbraucherinnen und Verbraucher.



### Frage:

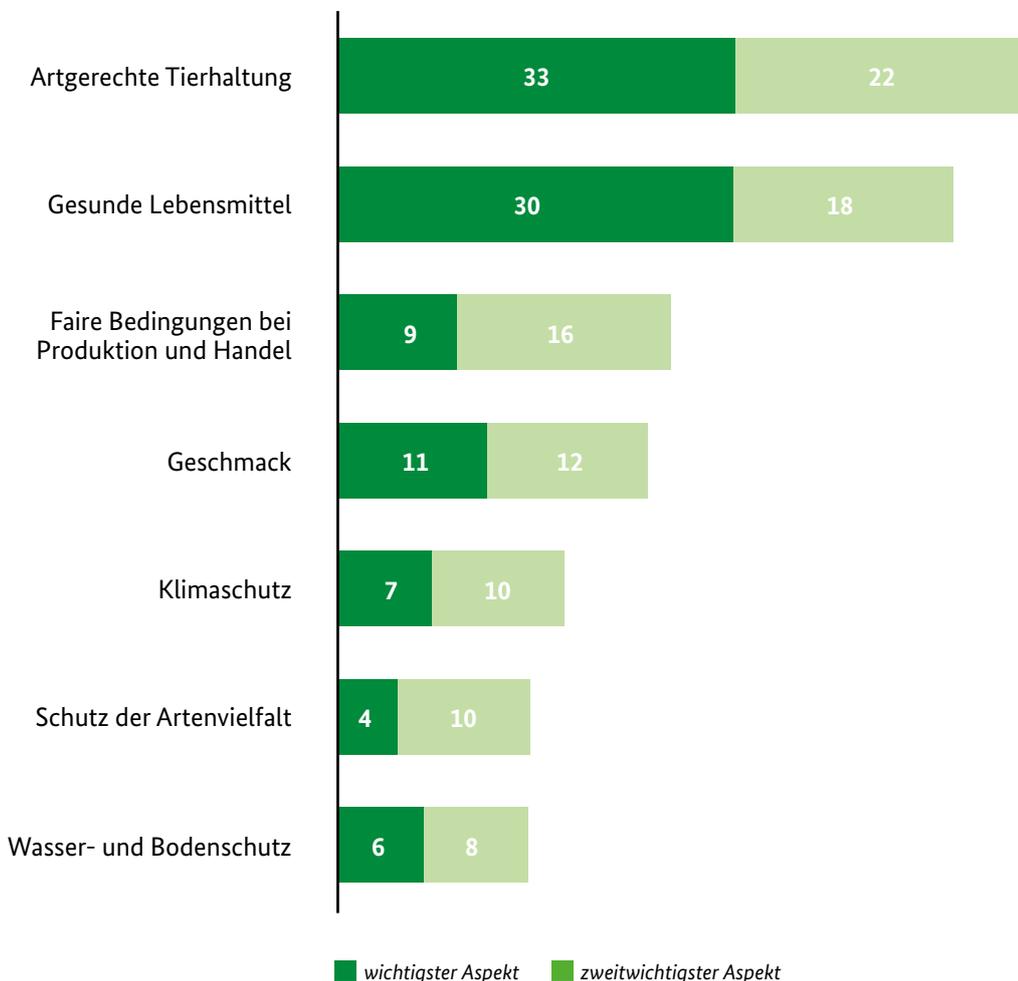
Was hat bislang Ihr Interesse an Bio-Produkten geweckt bzw. bestärkt?



Angaben in Prozent; n = 876; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; nur Ja-Anteil dargestellt; Mehrfachnennungen möglich

## Artgerechte Tierhaltung und gesunde Lebensmittel motivieren am häufigsten zum Kauf von Bio-Lebensmitteln.

Frage:  
Welcher der folgenden Aspekte ist für Sie beim Einkauf von Bio-Lebensmitteln am wichtigsten oder am zweitwichtigsten?



Angaben in Prozent; n = 876; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen; an 100 Prozent fehlende Angaben: „weiß nicht“/„trifft nicht zu, ich habe keinen zweiten Grund“



# 3

---

## Schwerpunkt- thema 2024

*Bio in der Gastronomie*

## Mehr als 40 Prozent der Besucherinnen und Besucher von Restaurants oder Cafés hätten gerne eine Information darüber, wie hoch der Bio-Anteil bei Zutaten des gastronomischen Angebots ist.

Etwa die  **Hälfte der Befragten**  geht  **mehrmals monatlich oder häufiger in einem Restaurant oder einem Café essen oder bestellt sich Essen**  in einer solchen Gastronomie (51 Prozent). Fast ein Fünftel davon macht dies mindestens einmal wöchentlich ( **19 Prozent** ). Nur eine  **Minderheit von 6 Prozent geht nie außer Haus essen**  bzw. bestellt nie bei einem Lieferservice.

Frauen und Männer liegen beim Nutzungsanteil fast gleichauf, unterscheiden sich jedoch deutlich hinsichtlich der Nutzungshäufigkeit: Männer (25 Prozent) gehen nahezu doppelt so häufig wie Frauen (13 Prozent) mindestens einmal wöchentlich essen bzw. geben eine Essensbestellung in einem Restaurant bzw. Café auf. Die Befragten der beiden jüngeren Altersgruppen nutzen Einrichtungen der Individualgastronomie häufiger als 50-Jährige und Ältere. Deutliche Unterschiede ergeben sich in Abhängigkeit vom Haushaltsnettoeinkommen: Mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen erhöht sich die Nutzungshäufigkeit und in geringerem Maße auch der Anteil derjenigen, die generell Restaurants oder Cafés besuchen bzw. dort etwas bestellen.

Die Frage,  **ob in der (am häufigsten) genutzten Gastronomie Bio-Lebensmittel verwendet werden** , beantworteten  **37 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer zustimmend** . In 3 Prozent der Restaurants und Cafés werden nach Angaben der Befragten ausschließlich Bio-Lebensmittel verwendet, in 8 Prozent der gastronomischen Einrichtungen gibt es immer mindestens ein Bio-Gericht. Etwa ein Sechstel berichtet, dass ab und zu Bio-Gerichte erhältlich sind (17 Prozent) und knapp ein Zehntel gibt an, dass Gerichte mit einzelnen Bio-Lebensmitteln angeboten werden (9 Prozent). Die Verwendung von Bio-Lebensmitteln in der genutzten Einrichtung schlossen nur 15 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer aus.  **Fast der Hälfte der Befragten ist nicht bekannt, ob Bio-Lebensmittel bei der Speisenzubereitung eingesetzt werden (48 Prozent)** .

Die  **wichtigsten Aspekte**  beim Restaurant-/Cafébesuch sind  **Zutaten aus der Region (49 Prozent), Fleisch aus tiergerechter Haltung (43 Prozent), saisonale Zutaten (42 Prozent) sowie weniger Zusatzstoffe (40 Prozent)** . Für etwas weniger als ein Viertel der Nutzerinnen und Nutzer ist die Verwendung von Bio-Zutaten (23 Prozent) entscheidend für die Wahl der gastronomischen Einrichtung, für fast ebenso viele der Einsatz von Fairtrade-Zutaten (21 Prozent).

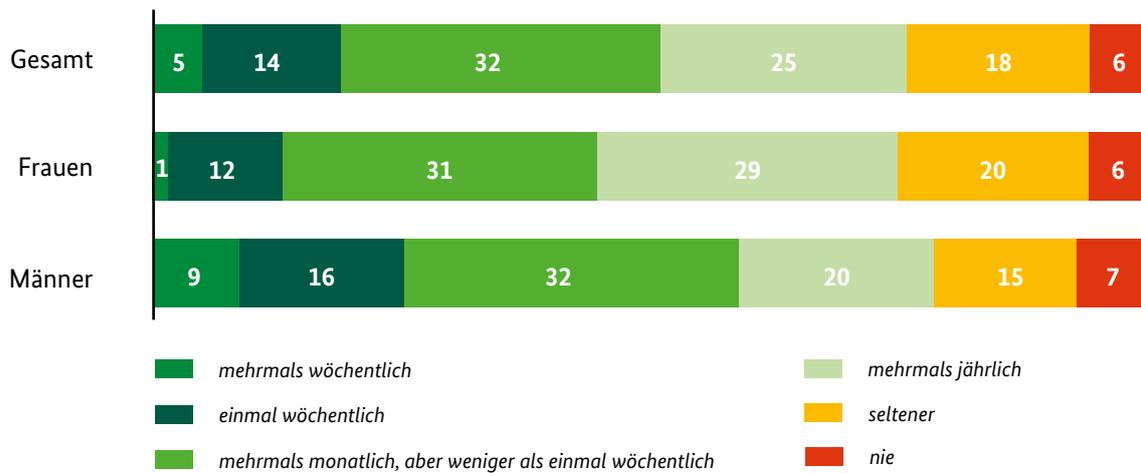
Mit zunehmendem Alter der Befragten gewinnen fast alle der vorgestellten Aspekte als Auswahlkriterien für den Restaurant-/Cafébesuch an Bedeutung. Ausnahme bildet die Verwendung von Fairtrade-Zutaten. Dieser Aspekt ist für die Befragten der mittleren Altersgruppe weniger wichtig als für jüngere bzw. ältere Besucherinnen und Besucher von gastronomischen Einrichtungen.

Eine  **Information darüber, wie hoch der Bio-Anteil bei den Zutaten des gastronomischen Angebots ist, würden gerne 44 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer erhalten** . 34 Prozent möchten auf eine solche Information beim Besuch eines Restaurants/Cafés verzichten, 22 Prozent ist eine solche Auskunft egal.

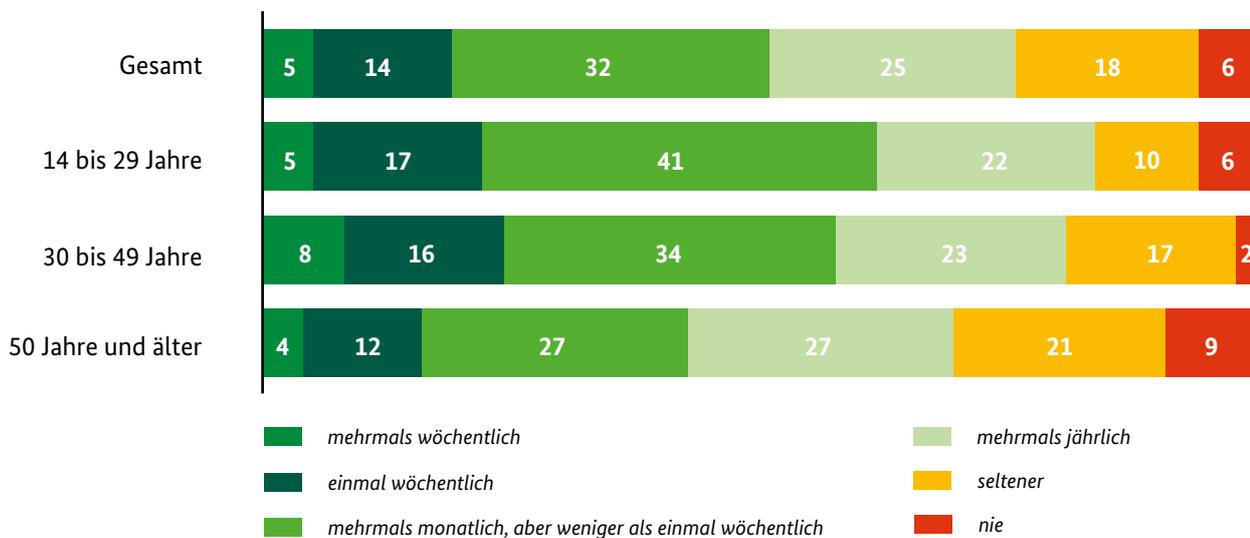
Frauen (46 Prozent) haben ein etwas größeres Informationsinteresse als Männer (41 Prozent). Mit zunehmendem Alter und zunehmender formaler Bildung wächst auch das Interesse daran, Auskunft über den Bio-Anteil bei den Zutaten des gastronomischen Angebots zu erhalten.

Etwa die Hälfte der Befragten besucht mehrmals im Monat oder öfter Restaurants bzw. Cafés, darunter Männer häufiger als Frauen.

Frage: **Wie häufig essen Sie selbst in einem Restaurant, in einem Café oder bestellen Essen in einem Restaurant oder in einem Café?**

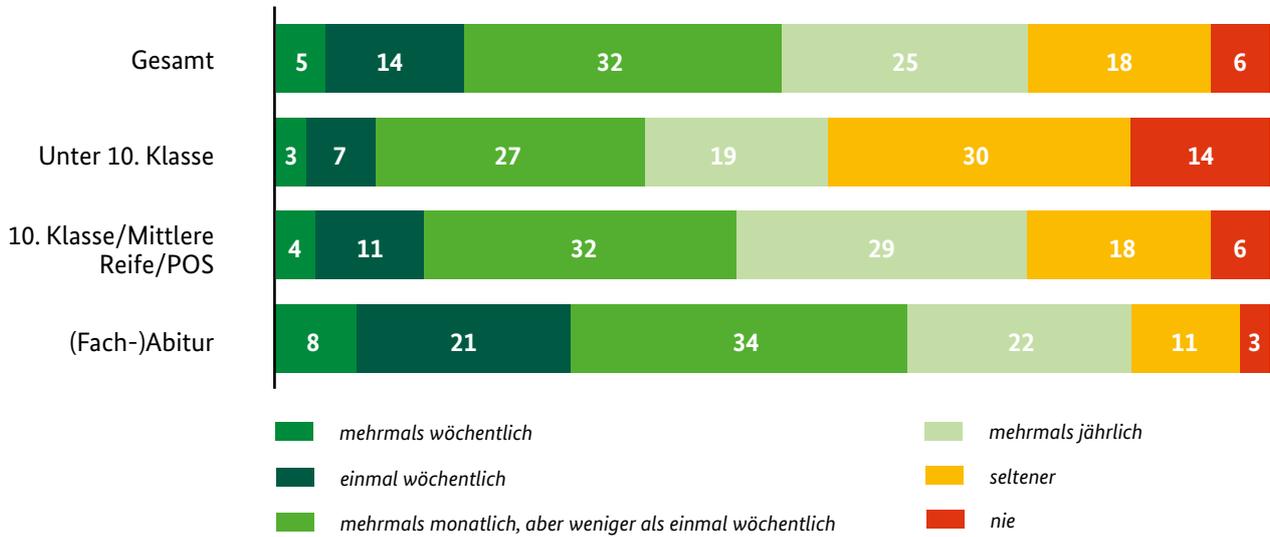


Je jünger die Befragten, umso häufiger essen sie in Einrichtungen der Gemeinschaftsgastronomie.

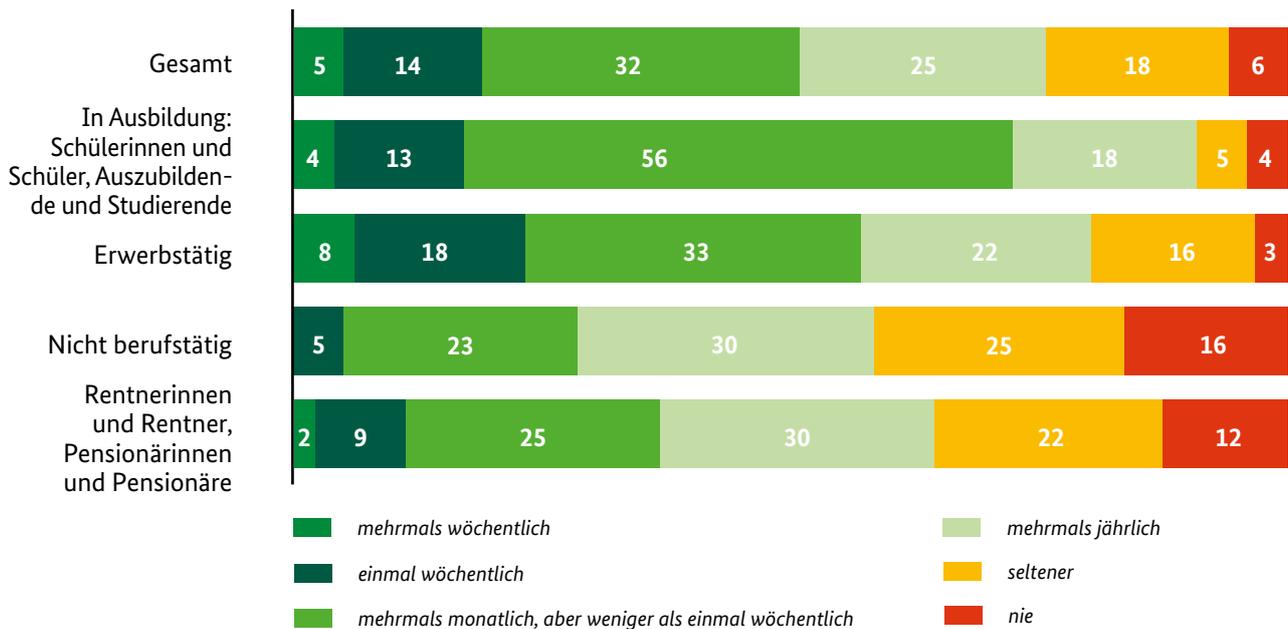


Angaben in Prozent; n = 1.001; Gesamtwerte von über oder unter 100 Prozent ergeben sich durch Rundungen der einzelnen Beträge

## Je höher der formale Bildungsabschluss der Befragten, umso häufiger gehen sie essen bzw. geben Essensbestellungen auf.

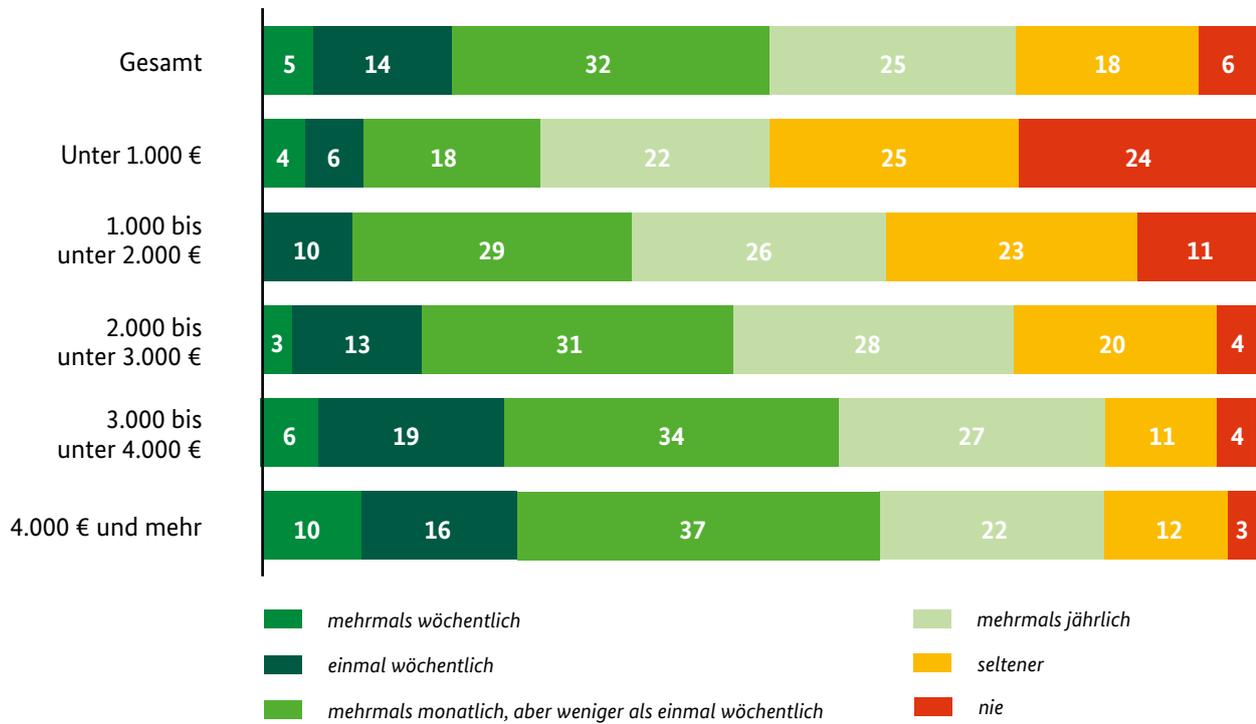


## Am häufigsten werden Restaurants und Cafés von Befragten in Ausbildung und von Erwerbstätigen genutzt.



Angaben in Prozent; n = 1.001; Gesamtwerte von über oder unter 100 Prozent ergeben sich durch Rundungen der einzelnen Beträge

## Mit dem Haushaltsnettoeinkommen steigt die Besuchshäufigkeit von Restaurants und Cafés.

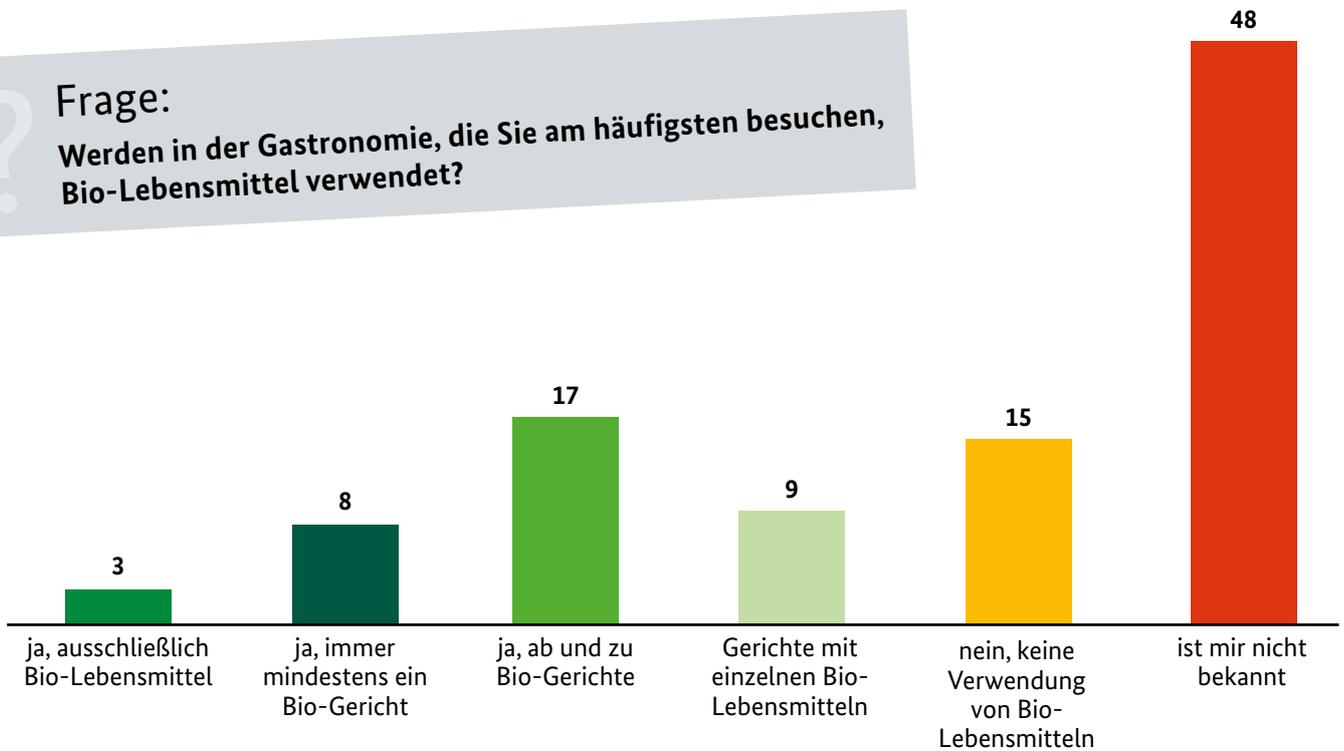


Angaben in Prozent; n = 1.001; Gesamtwerte von über oder unter 100 Prozent ergeben sich durch Rundungen der einzelnen Beträge

In knapp vier von zehn der (am häufigsten) besuchten Gaststätten werden nach Kenntnis der Nutzerinnen und Nutzer Bio-Lebensmittel verwendet.

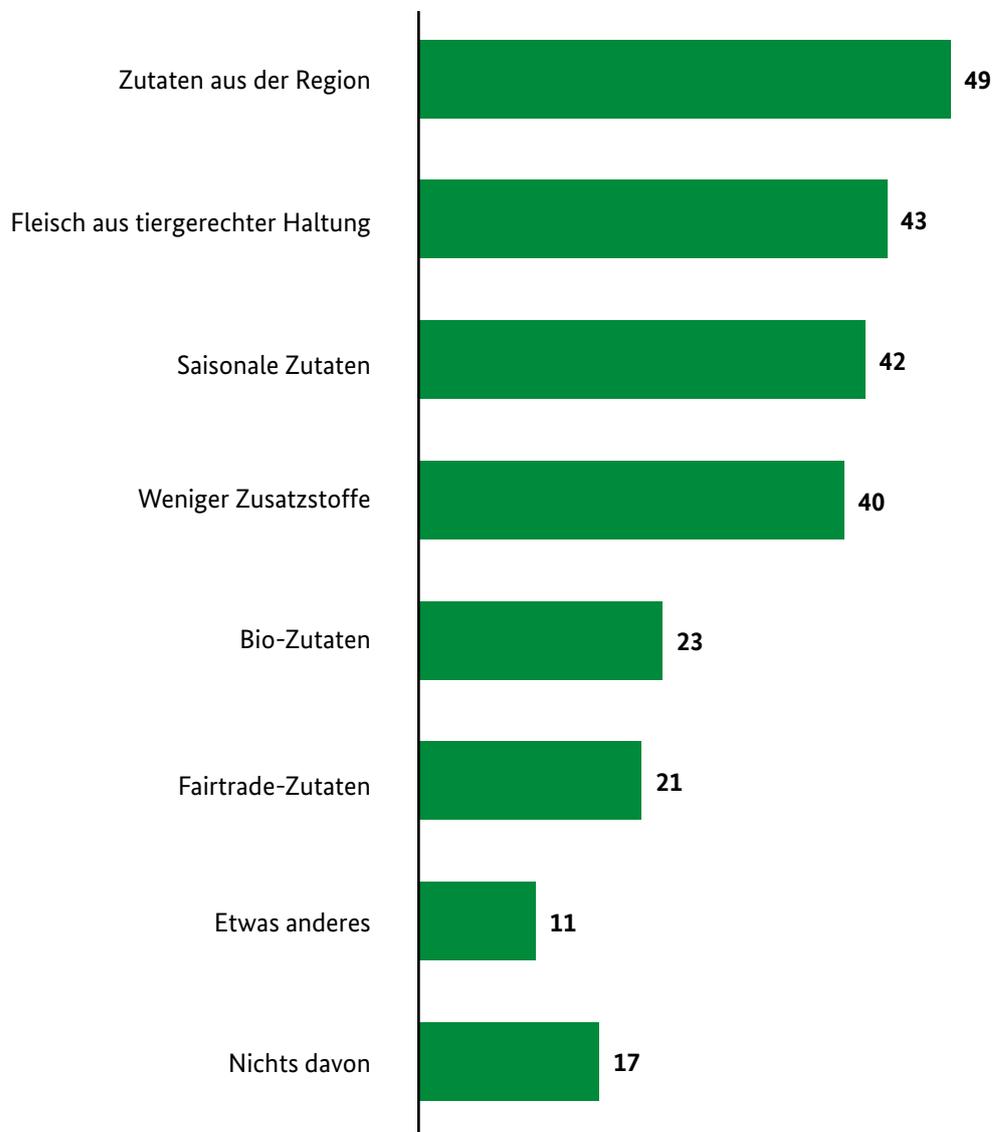


Frage:  
Werden in der Gastronomie, die Sie am häufigsten besuchen, Bio-Lebensmittel verwendet?



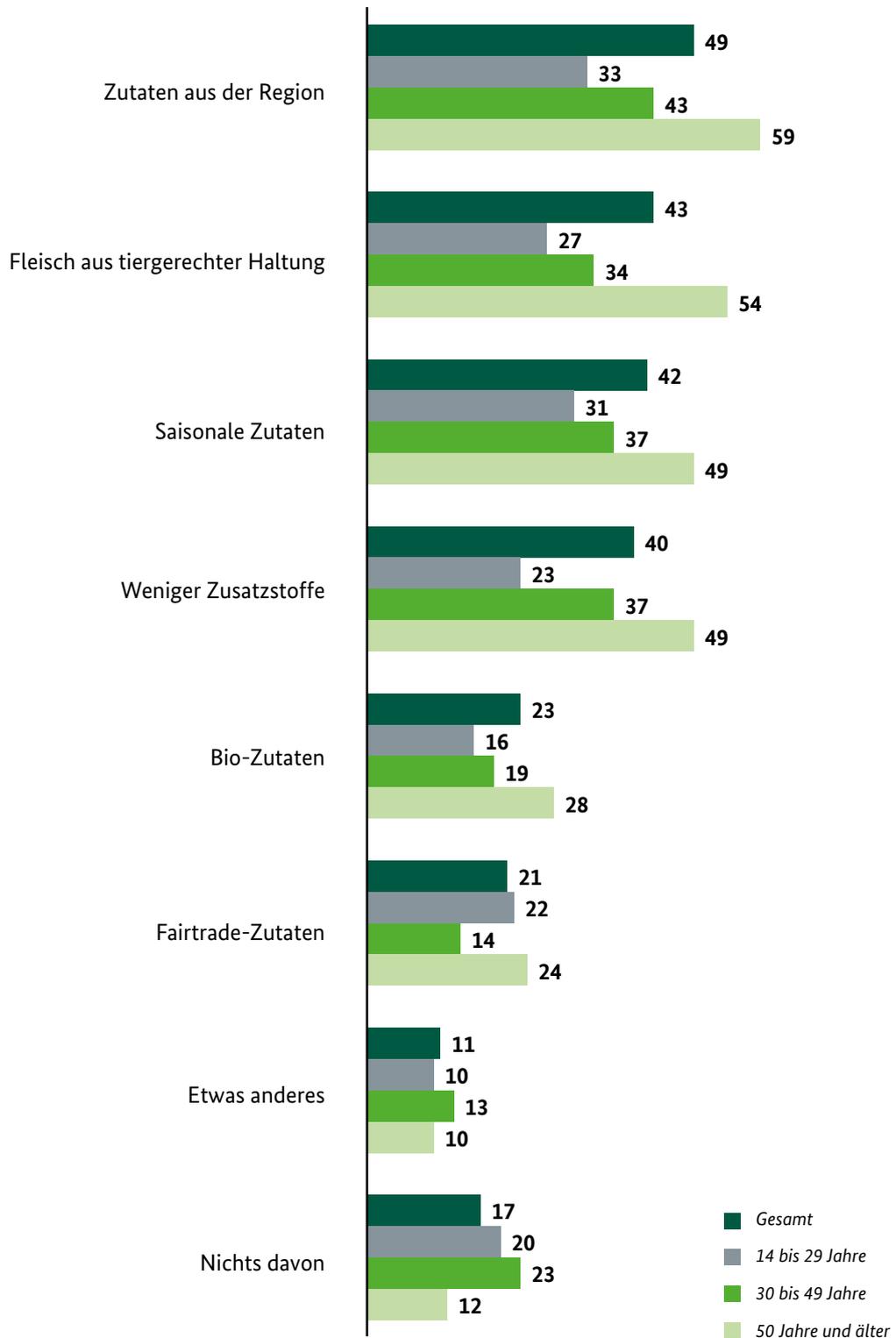
Besonders wichtig beim Restaurant- bzw. Cafébesuch sind Befragten regionale und saisonale Zutaten sowie Fleisch aus artgerechter Haltung.

Frage:   
 Welche Aspekte sind für Sie beim Restaurant-/Cafébesuch besonders wichtig?



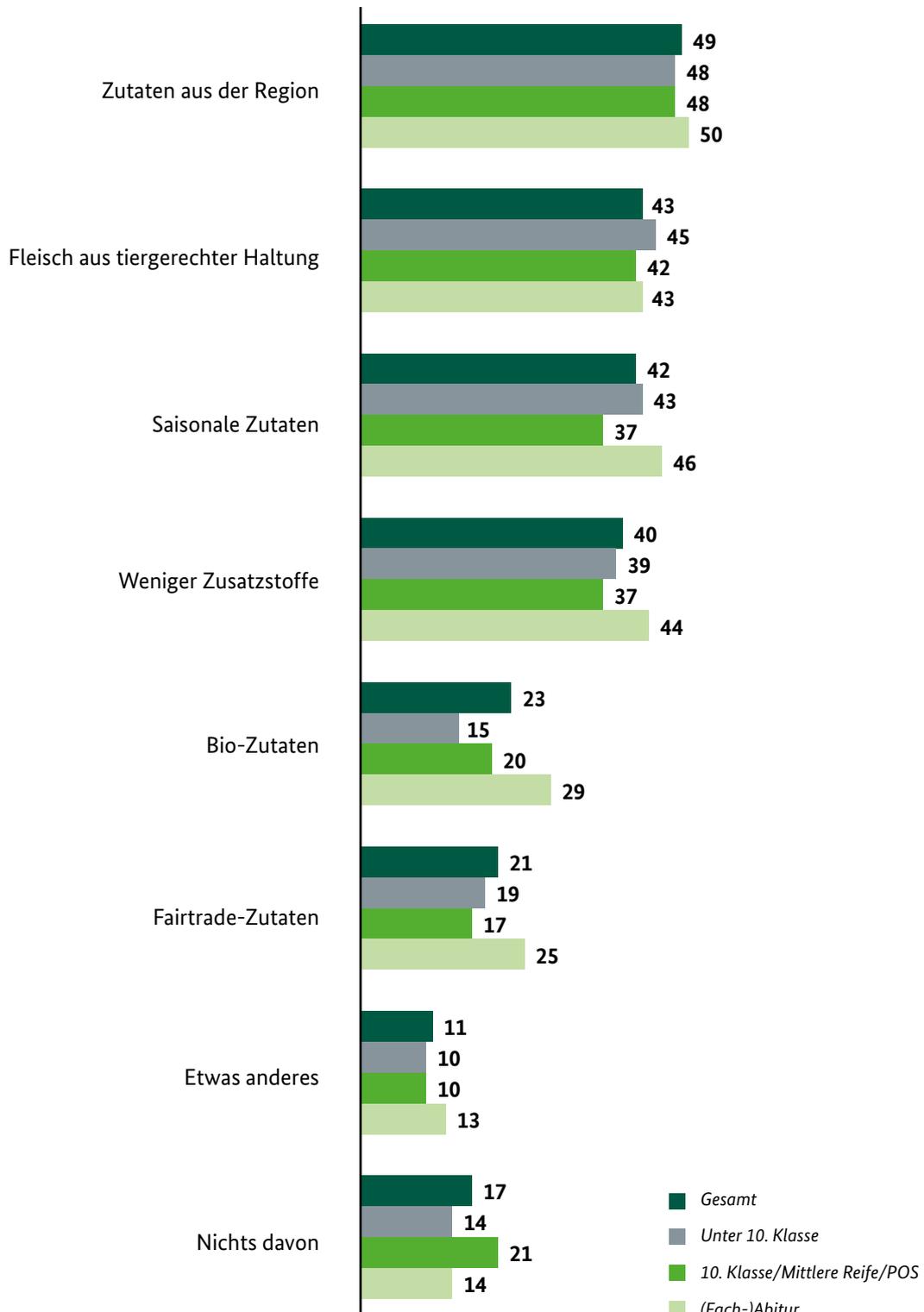
Angaben in Prozent; n = 952; Besucherinnen und Besucher von Restaurants/Cafés; Mehrfachnennungen möglich

## Die meisten Aspekte gewinnen als Auswahlkriterium an Bedeutung, je älter die Befragten sind.



Angaben in Prozent; n = 952; Besucherinnen und Besucher von Restaurants/Cafés; Mehrfachnennungen möglich

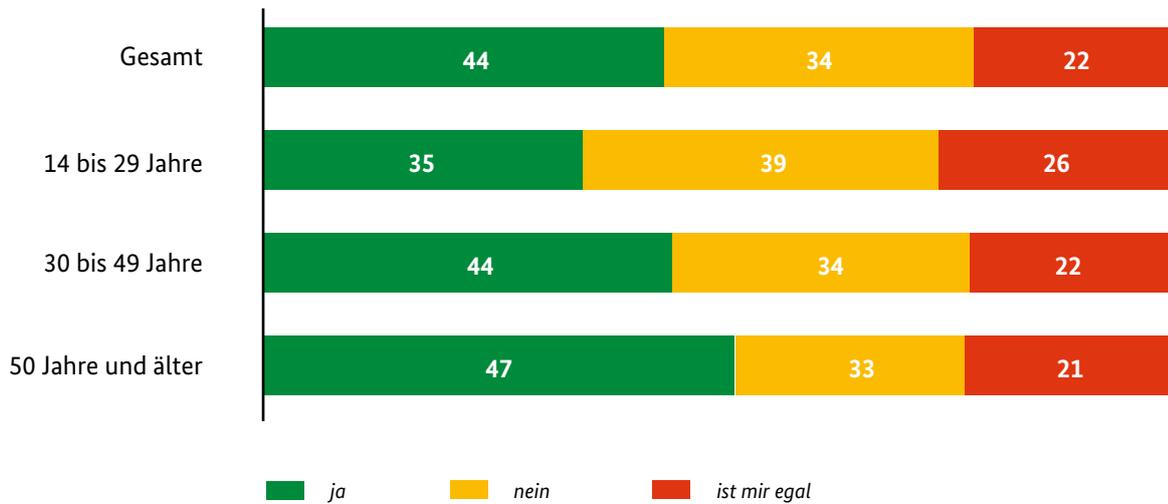
## Bei den am häufigsten genannten Kriterien für die Auswahl des Restaurants bzw. Cafés gibt es kaum Unterschiede nach Bildungsgrad.



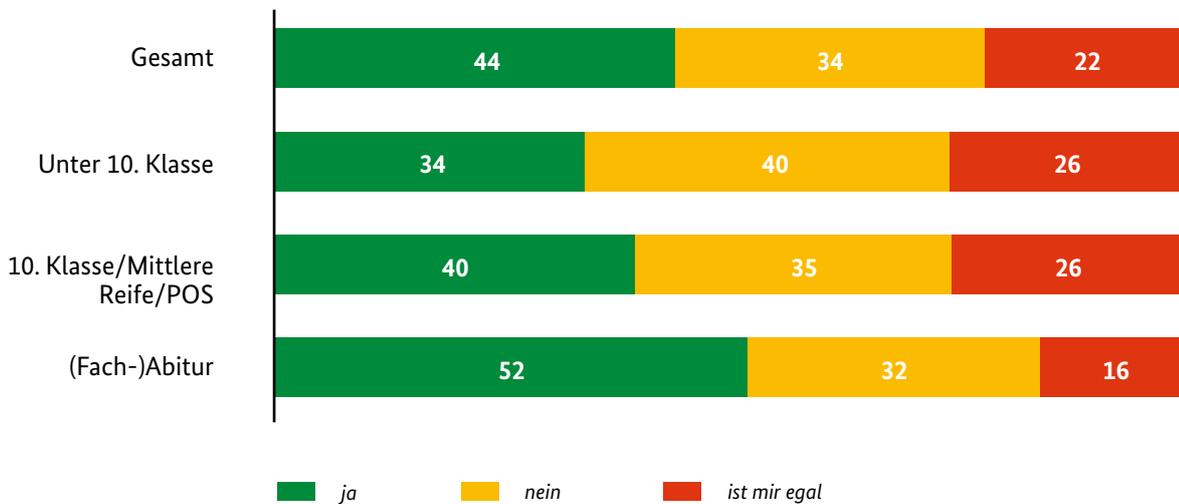
Angaben in Prozent; n = 952; Besucherinnen und Besucher von Restaurants/Cafés; Mehrfachnennungen möglich

## Mehr als vier von zehn Besucherinnen und Besuchern wünschen eine Information über den Bio-Anteil der verarbeiteten Zutaten.

**Frage:**  
 Hätten Sie beim Besuch eines Restaurants/Cafés gerne eine Information darüber, wie hoch der Bio-Anteil bei den Zutaten des gastronomischen Angebots ist?



## Mit zunehmender formaler Bildung wächst das Interesse an einer Auskunft über den Anteil an Bio-Zutaten.



Angaben in Prozent; n = 952; Besucherinnen und Besucher von Restaurants/Cafés; Gesamtwerte von über oder unter 100 Prozent ergeben sich durch Rundungen der einzelnen Beträge

# 4

## Studienhintergrund: repräsentative Bevölkerungsbefragung seit 2002

Das Öko-Barometer ist eine in regelmäßigen Abständen vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) in Auftrag gegebene repräsentative Umfrage. Die Befragung beschäftigt sich mit dem Konsum von Bio-Lebensmitteln unter Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Für das „Öko-Barometer 2024“ wurde die INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung mit der Durchführung beauftragt. Die Erhebung fand im Dezember 2024 statt. Insgesamt wurden 1.001 Interviews geführt.

Um den Bio-Lebensmittel-Konsum der deutschen Bevölkerung zu untersuchen, werden bei jedem Öko-Barometer feste Kernfragen gestellt. Hinzu kommt bei jeder Erhebungswelle ein aktuelles Schwerpunktthema.

Zum festen Bestandteil jedes Öko-Barometers gehören Fragen zur Häufigkeit des Bio-Lebensmittel-Konsums sowie zu den präferierten Kauforten und der Produktauswahl. Außerdem werden Gründe für den Konsum sowie die Kaufaspekte, die für die Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig sind, beleuchtet.

Schwerpunktthema der diesjährigen Befragung war Bio in der Individualgastronomie. Gefragt wurde dabei nach der Nutzungshäufigkeit von Restaurants und Cafés, der Verwendung von Bio-Lebensmitteln in der (am häufigsten) besuchten Gastronomie, der Wichtigkeit von ausgewählten Aspekten beim Restaurant-/Cafébesuch sowie dem Interesse an einer Information über den Bio-Anteil bei den Zutaten des gastronomischen Angebots.

Es nahmen drei Personen mit der Geschlechtsangabe „divers“ teil. Aufgrund der geringen Fallzahl konnte dies in der Broschüre nicht statistisch dargestellt werden.

## Studiensteckbrief: quantitatives Studiendesign

**Methode:**  
quantitatives Studiendesign

**Befragungsmethode:**  
Mixed-Mode-Design: kombinierte Telefonbefragung (CATI: Computer Assisted Telephone Interviews) und Online-Befragung (CAWI: Computer Assisted Web Interviews)

**Feldzeit:**  
Dezember 2024

**Zielgruppe:**  
Deutsch sprechende Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 14 Jahren

**Fallzahl:**  
n = 1.001 Interviews

**Stichproben:**  
jeweils 50 Prozent Telefon- bzw. Online-Befragung.  
Telefonische Interviews: Dual-Frame-Stichprobe, Festnetz- und Mobilfunknummern (Verhältnis 50:50).

Online-Interviews: quotierte Stichprobe aus einem aktiv rekrutierten Online-Access-Panel

Die Stichprobe ist repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren.

**Hinweis:**  
Die quantitativen Ergebnisse werden gewichtet ausgewiesen.

**Gewichtung:**  
Dual-Frame-Gewichtung der Telefonstichprobe  
Alter  
Geschlecht  
Bildung  
Haushaltsgröße  
Wohnort (Bundesland)

(entsprechend der bekannten Verteilungen in Deutschland)

## HERAUSGEBER

Bundesministerium  
für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH)  
Referat 712a - Ökologische Land- und Lebensmittelwirtschaft -  
Allgemeine und grundsätzliche  
Angelegenheiten, Strategien, Förderung  
Wilhelmstraße 54  
10117 Berlin  
712a@bmlch.bund.de

## STAND

Mai 2025

## TEXT, STUDIENDESIGN UND -DURCHFÜHRUNG

INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung,  
Berlin

## GESTALTUNG

Serviceplan Make GmbH & Co. KG, München

## BILDNACHWEIS

Titel und Rückseite:  
stock.adobe.com/Alexander Raths  
S. 2 und 3: stock.adobe.com/Inna  
S. 4 und 5: stock.adobe.com/upixa  
S. 16 und 17: stock.adobe.com/pikselstock

## DRUCK

MKL Druck GmbH & Co. KG, Ostbevern

**Diese Publikation wird vom BMLEH unentgeltlich  
abgegeben. Die Publikation ist nicht zum Verkauf  
bestimmt. Sie darf nicht im Rahmen von Wahl-  
werbung politischer Parteien oder Gruppen  
eingesetzt werden.**

Die Broschüre können Sie herunterladen unter:  
[www.bmlch.de/publikationen](http://www.bmlch.de/publikationen)



**Das Bundesprogramm Ökologischer Landbau –  
initiiert und finanziert durch das Bundesministerium  
für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat.**

Weitere Informationen unter  
[www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de)  
[www.bundesprogramm.de](http://www.bundesprogramm.de)  
[www.bmlch.de](http://www.bmlch.de)  
[www.bmlch.de/social-media](http://www.bmlch.de/social-media)

