

Breite Akzeptanz von Blumen aus ökologischem Anbau

Helmut Laberenz

Gleichnamiger Beitrag aus Ökologie & Landbau 107, Heft 3/98

Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau treffen bei Verbrauchern auf eine ständig steigende Zustimmung, aber besteht auch eine Nachfrage nach kbA-Zierpflanzen? Im Auftrag der Wirtschaftsbehörde Hamburg wurde diese Frage 529 Besuchern auf neun Öko-Wochenmärkten in der Hansestadt gestellt.

Die Antworten der Interviewten zeigen ein große Treue zu "ihrem" Ökomarkt: 58 % kaufen hier oft und 24 % zumindest gelegentlich ein. Vielfach wurde ergänzt, der Lebensmittelbedarf würde überwiegend oder sogar fast vollständig auf diesem Wochenmärkten beschafft. Das Interesse an der eigenen Gesundheit wird von fast allen Befragten (93%) als Motiv für den Konsum von Ökoprodukten angegeben, dicht gefolgt von den allgemeineren Beweggründen des Umweltschutzes (90%) und der Förderung des ökologischen Landbaus (86%). Auch der bessere Geschmack wird als Grund genannt (82%), während die größere Frische der Produkte nur von 52 % der Befragten angegeben wird.

Fachgeschäft wichtig, Duft unwichtig

Lediglich fünf Prozent der Öko-Konsumenten müssen als Blumenmuffel bezeichnet werden, alle anderen greifen zumindest hin und wieder einmal zu Blumen, und 91 % haben im letzten Quartal mindestens einmal - für den eigenen Bedarf oder als Geschenk - Blumen gekauft (Tab.1). Schnittblumen werden häufiger nachgefragt, sowohl für den eigenen Bedarf als auch für andere. Topfpflanzen dienen hingegen nur relativ selten als Geschenk, sie werden eher für den eigenen Haushalt, Balkon oder Garten angeschafft.

Das Fachgeschäft erweist sich für die Interviewten als bevorzugte Bezugsquelle, am zweitwichtigsten sind Wochenmarkt bzw. Direkteinkauf beim Erzeuger (Tab. 2). Die große Bedeutung der Blumenfachgeschäfte legt die Anregung nahe, neben einer Einführung von kbA-Blumen auf Ökomärkten auch die Vertriebsmöglichkeiten über den Fachhandel zu sondieren. Eindeutig ist bei der untersuchten Personengruppe die Ablehnung der Bezugsquelle Bau- bzw. Supermarkt. Damit unterscheiden sie sich von den übrigen Konsumenten, die in nennenswertem Umfang auf das Blumen- und Pflanzenangebot in Super- und Baumärkten sowie an Tankstellen zurückgreifen.

Die Befragten wurden gebeten, für neun Eigenschaften von Blumen anzugeben, von welcher Bedeutung diese für ihre Kaufentscheidung sind. Als wesentlich kristallisierten sich dabei die Eigenschaften "Frische", "Blütenform/Aussehen" und "Keine Rückstände von Pflanzenschutzmitteln" heraus, wichtig sind auch die Eigenschaften "Pflegeaufwand/Haltbarkeit" und "Späterer Standort" bei den Topfpflanzen sowie "Floristik" bei Schnittblumen. Als weniger wichtig wurden der Preis sowie die "Herkunft" und der "Duft" bezeichnet. Die geringe Bedeutung des Duftes beim Blumenkauf kann im Rahmen dieser Studie nicht geklärt werden. Es ist jedoch bemerkenswert, dass gerade die Gruppe der jüngeren Befragten diese Eigenschaft als eher unwichtig einschätzt.

Fast alle wollen Öko-Blumen

Fast alle Gesprächspartner bezeichneten die Idee, Schnittblumen und Topfpflanzen aus ökologischem Anbau anzubieten, als „gut“ oder „sehr gut“. Nur 8 % vergaben eine mittlere und 3 % eine schlechte Bewertung (Tab. 3).

Ein Angebot von Öko-Blumen dürfte nach den Ergebnissen dieser Umfrage auf den Ökomärkten in Hamburg auf eine breite Akzeptanz treffen. Offen ist jedoch, in welchem Umfang diese Zustimmung auch zu Kaufhandlungen führen wird. Immerhin erklärten sich 87 % der Interviewten bereit, Öko-Blumen zu kaufen, vor allem wegen der „Freiheit von Giften“. Aber auch der Umweltschutz, die Unterstützung ökologischer Erzeuger und der Schutz der eigenen Gesundheit wurden als Gründe genannt. 9 % äußerten sich unentschieden und nur 4 % würden diese Blumen überhaupt nicht kaufen.

Öko-Pflanzen können nicht zu den gleichen Preisen erzeugt werden wie Produkte des konventionellen Gartenbaus. Der erwartete höhere Preis wurde bei fehlender Bereitschaft zum Kauf von Schnittblumen und Pflanzen aus ökologischem Anbau auch als Grund genannt. Doch lediglich acht Prozent der Befragten erklärten sich nicht bereit, mehr zu zahlen. Die überwiegende Mehrheit von 92 % will bis zu 15 % mehr für diese Produkte aufwenden. Und fast die Hälfte (48 %) ist bereit, einen Preis zu akzeptieren, der bis zu 30 % höher liegt als der von herkömmlicher Ware (Tab. 4). Bemerkenswert sind in diesem Zusammenhang die etwas zurückhaltenderen Aussagen der Frauen.

Markteinführung empfohlen

Diese Untersuchung hat aufgezeigt, dass das Angebot von Schnittblumen und Zierpflanzen aus ökologischer Produktion bei den Besuchern der Ökomärkte in Hamburg auf eine sehr positive Resonanz stoßen würde. Die Markteinführung ist – unter Berücksichtigung der Kapazitätsgrenzen dieser Veranstaltungen – uneingeschränkt zu empfehlen.

Die Ergebnisse der Befragung legen weiterhin die Vermutung nahe, dass Öko-Blumen auch über Hofläden oder andere Formen der Direktvermarktung abgesetzt werden können. Daneben kann mittelfristig ebenso der Absatz über die traditionellen Vertriebswege angestrebt werden, wobei dem Blumenfachhandel eine große Bedeutung zukommt. Wenn es gelingt, diesen Kanal für kbA-Blumen zu öffnen, ist eine deutliche Steigerung der Absatzmengen möglich. Auch auf traditionellen Wochenmärkten könnten sich interessante Absatzmöglichkeiten ergeben, besonders wenn dort bereits ein Angebot an Öko-Lebensmitteln vorhanden ist. Dieses Marktpotential wird in Folgeuntersuchungen erhoben werden.

haben gekauft (in %)	Alle	Frauen	Männer
Schnittblumen für Eigenbedarf	60	65	49
Topfpflanzen, Stauden für Eigenbedarf	58	64	42

Schnittblumen für andere, als Geschenk	64	67	58
Topfpflanzen, Stauden für andere, als Geschenk	28	29	24
Gesamt	91	94	86

Tab. 2: Häufigkeit der Nutzung unterschiedlicher Bezugsquellen			
Bezugsquelle (in %)	oft	gelegentlich	selten/nie
Fachgeschäft	42	26	32
Wochenmarkt, Erzeuger	31	30	39

Tab. 3: Akzeptanz von Öko-Blumen			
Reaktion (in %)	Alle	Frauen	Männer
sehr gut	32	33	30
gut	54	52	60
nicht schlecht, ganz gut	8	9	7
nicht so gut, schlecht, überflüssig	3	3	1

Tab. 4: Bereitschaft, einen höheren Preis zu zahlen			
Höherer Preis (in %)	Alle	Frauen	Männer
Nein	8	9	7
Ja, bis zu 15 %	44	45	39
Ja, 15 - 30 %	41	40	43
Ja, über 30 %	7	6	10

Autor

Prof. Dr. Helmut Laberenz, Fachhochschule Hamburg, Fachbereich Ökotrophologie,
Lohbrügger Kirchstr. 65, D-21033 Hamburg