



Der Einfluss der Agrarwende auf den Bio-Handel

Das Verbundprojekt untersucht die Fragen, welche Veränderungen die im Rahmen der „Agrarwende“- Politik verfolgte Ausweitung des Bio-Markts bei den verschiedenen Akteuren entlang der Wertschöpfungskette bewirkt hat (Landwirtschaft, Lebensmittelverarbeitung, Handel, Ernährungsberatung, Konsum), welche neuen Probleme aus dieser Dynamik entstanden sind und welche Lösungsmöglichkeiten sich dafür bieten.

Der Biomarkt ist in den BSE-Folgejahren deutlich gewachsen. Dieses Marktwachstum überdeckt aber Verdrängungseffekte auf der Einzelhandelsebene. Mit den neuen Bio-Supermärkten und dem vermehrten Vertrieb von Bio-Lebensmitteln im konventionellen LEH geraten kleine Bio-Läden verstärkt unter Druck. Was können Bio-Läden tun, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen? Warum wechseln auch zufriedene KundenInnen?



Ergebnisse Kundenzufriedenheit im Bio-Laden:

Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die Identifikation von Bestimmungsgründe für die Kundenzufriedenheit. Dazu wurden in zehn Bio-Läden 800 KundInnen befragt. Als Ergebnis zeigt sich, dass fünf Faktoren die Zufriedenheit der KonsumentInnen beeinflussen. Zufriedene KundInnen sind wichtig für einen Bio-Laden. Die Zufriedenheit bestimmt zu 50 % den ökonomischen Erfolg.



Geschäftsstättentreue und Wechselverhalten:

In einer Onlinebefragung wurden 170 Bio-IntensivkäuferInnen zu ihrem Einkaufsverhalten befragt. Durch eine hypothetische Wahl von unterschiedlichen Produkten in verschiedenen Einkaufsstätten konnten drei Gruppen identifiziert werden, die sich unterscheiden.

Discount-KundInnen (12%)

- Geringere Zufriedenheit
- Vertrauen in konv. Hersteller
- Unzufrieden mit Sortimentsbreite
- Preisbewusster
- Geringere Kaufintensität von Bio-Lebensmitteln

Bio-Laden KundInnen (36%)

- Sehr hohe Zufriedenheit
- Freunde kaufen Bio
- Bio-Laden besser als Bio-Supermarkt bei:
 - Regionalität
 - Produktqualität
 - Geschmack
 - Atmosphäre
 - Beratungsqualität

Bio-Supermarkt KundInnen (52%)

- Sehr hohe Zufriedenheit
- Kein Vertrauen in konv. Hersteller
- Freunde kaufen weniger Bio
- Beim Vergleich Bio-Laden - Bio-Supermarkt weitgehend indifferent

FAZIT: Obwohl die Kundenzufriedenheit einen großen Einfluss auf Ladentreue der KundInnen hat, ist sie nicht ausreichend, um eine Abwanderung der Mehrzahl in den Bio-Supermarkt zu verhindern. Für den Biohandel ist damit bei weiterem Wachstum dieser Betriebsform mit einer vermehrten Aufgabe von kleinen Bio-Läden zu rechnen.

