

## Pressemitteilung

nova-Institut GmbH ([www.nova-institut.eu](http://www.nova-institut.eu))  
Hürth, den 8. Januar 2019



## Tiefenpsychologische Marktforschung kommt zu überraschenden Erkenntnissen über die Haltung von Verbrauchern zu bio-basierten Produkten

In den letzten Jahren wurden zahlreiche Online-Umfragen und Fokusgruppenanalysen unter Konsumenten durchgeführt, um zu verstehen, was Verbraucher von bio-basierten Produkten halten. Es ist allerdings bekannt, dass andere Methoden wie Tiefeninterviews besser geeignet sind, um fest verwurzelte Ansichten, Vorurteile und Kontexte zu erforschen. Im europäischen Projekt BIOFOREVER wurde diese Methodik nun erstmals auf Fragestellungen mit Relevanz für die bio-basierte Wirtschaft angewendet – mit zum Teil erstaunlichen Ergebnissen.

Welche Materialien und Produkte erwarten die Verbraucher in Zukunft in ihrem Alltag? Für welche Anwendungen werden sie bio-basierte Produkte bevorzugen und wann lieber Dinge aus recycelten Materialien verwenden? Was halten die Verbraucher von der biologischen Abbaubarkeit von Kunststoffen oder von der Nutzung von CO<sub>2</sub> für Kraftstoffe und Matratzen? Machen die Verbraucher einen Unterschied zwischen Biomasse-Rohstoffen der ersten und zweiten Generation für bio-basierte Produkte? Das sind einige der Fragen, die für Politik und Wirtschaft von Interesse sind. Viele Akteure möchten wissen, was die Verbraucher wirklich denken und wie sie sich beim Einkauf verhalten.

Das europäische Forschungsprojekt BIOFOREVER<sup>1</sup> beschäftigt sich vor allem mit den technologischen Aspekten der Frage, wie so genannte Biomasse der zweiten Generation, d. h. vor allem Holz und lignocellulose Nebenprodukte, ökologisch und ökonomisch sinnvoll genutzt werden können. Das Projekt umfasst aber auch Fragen der gesellschaftlichen Akzeptanz bei der Nutzung von Biomasse für Konsumgüter. Diese Fragen wurden in Zusammenarbeit zwischen „september Strategie & Forschung“ (Köln) und dem nova-Institut (Hürth) untersucht. September gehört zu den führenden Unternehmen für tiefenpsychologische Marktforschung in Deutschland, das nova-Institut ist bekannt für seine B2B-Marktforschung in der bio-basierten Wirtschaft. Im Sommer 2018 wurden in Polen, Deutschland und Italien 60 Tiefeninterviews über je 90 Minuten durchgeführt und ausgewertet. Einige der Ergebnisse sind überraschend und ergänzen und vertiefen die Erkenntnisse der zuvor durchgeführten Online-Fragebögen und Fokusgruppen.

---

<sup>1</sup> BIOFOREVER wird vom Bio-Based Industries Joint Undertaking im Rahmen des European Unions's Horizon 2020 Forschungs- und Innovationsprogramms unter der Fördernummer 720710 gefördert. Die Projektlaufzeit erstreckt sich von September 2016 bis August 2019. Weitere Informationen auf [www.bioforever.org](http://www.bioforever.org)

## **Woraus bestehen Kunststoffe? Die Verbraucher haben in der Regel keine Ahnung, dass Mineralöl der Rohstoff ist. Die Wahrnehmung, dass Kunststoffe „schlecht“ sind und Tiere im Meer töten, ist weit verbreitet**

Wenn es um Kunststoffe geht, dachten die Befragten vor allem an negative Aspekte, aber fast niemandem war bewusst, dass sie aus Rohöl hergestellt werden: „Etwas Chemisches, Industrielles, Künstliches, wenn es um Bestandteile geht, ich weiß es nicht wirklich“. Das vermeintliche Hauptproblem war, dass Kunststoffe sich nicht biologisch abbauen: „Das Problem mit Kunststoff ist das Recycling, es ist nicht biologisch abbaubar“. „Kunststoff ist der Grund, warum viele Tiere im Meer sterben“. Die Befragten waren sehr überrascht zu erfahren, dass Kunststoffe tatsächlich aus Pflanzen hergestellt werden können – nur die Italiener waren sich dessen relativ bewusst. Die Marktpräsenz von bio-basierten und biologisch abbaubaren Einkaufstaschen in Italien spielt hier eine entscheidende Rolle bei der Bewusstseinsbildung.

## **Einfaches Denken: Pflanzenmerkmale werden auf das Produkt projiziert – Chemie ist „giftige Magie“**

Ein weiteres interessantes Ergebnis ist, dass bei den Verbrauchern das Wissen über Chemie sehr gering ist und die Umwandlung von flüssigem Mineralöl in festen Kunststoff wie ein Wunder wirkt. Chemie ist „giftige Magie“. So werden die Eigenschaften der Rohstoffe im Bewusstsein der Verbraucher direkt auf die Endprodukte übertragen. Holz ist hart, widerstandsfähig und langlebig; entsprechend sollte es nur zur Herstellung von harten, widerstandsfähigen und langlebigen Produkten verwendet werden. Holz wird als sehr wertvoller Rohstoff wahrgenommen, so dass die Nutzung als Verpackung oder Einwegprodukt als Verschwendung angesehen wird und das Töten des Waldes für diese Verwertung noch schlimmer erscheint als die Verwendung von Mineralöl. Abholzung wird als ein großes Problem unserer Zeit angesehen, das es zu verhindern gilt. Denn der Wald ist für viele Menschen ein Ort der Sehnsucht. Vor allem Stadtbewohner assoziieren Wälder mit einem Gefühl der Auszeit, des Ausruhens usw. „Der Wald ist die Lunge der Erde und Lebensraum für Tiere und muss geschützt werden“. Es bestand auch die Sorge, den (geliebten) Wald als Ausflugsziel und Ort der Entspannung und des Nachdenkens zu verlieren. „Wenn ich mir all diese Produkte ansehe, dass die aus Holz statt aus Kunststoff hergestellt werden sollten, dann bräuchten wir wirklich viel Holz. Ich finde es wichtig, den Wald zu schützen. Ich fürchte, dass wir am Ende nicht genug Holz haben werden.“

## **Rohstoffe der ersten Generation für Einweganwendungen**

Für flexible und Einweganwendungen bevorzugen die Befragten Rohstoffe der ersten Generation: „Nahrungspflanzen sind ein hochwertiger Rohstoff, aber sie werden als weniger wertvoll angesehen als reine Lignocellulose, da Nahrungspflanzen schneller wachsen.“ Nur sehr wenige Befragte waren sich der Diskussionen über Food- oder Non-Food-Kulturen für die Industrie bewusst, die hauptsächlich eine Debatte im politischen Bereich zu sein scheinen.

Und es gab noch weitere Gründe für die Bevorzugung von Nahrungspflanzen, zum Beispiel die nachvollziehbare Übertragung der Rohstoffeigenschaften auf das Produkt: „Dieses Kunststoffprodukt könnte aus Mais hergestellt werden, weil Mais sich wie Kunststoff anfühlt“ – *also kann man daraus auch Kunststoff machen*. Schnell wachsendes „Gemüse ist eher weich, flexibel und nicht widerstandsfähig, kurzlebig“ – *perfekt für Einmalprodukte*. Das analoge Denken bei der Beurteilung von Holz zeigt sich also auch hier. Ein weiterer Aspekt ist die Gesundheit: „Normaler Kunststoff ist nicht gut für den Körper! Flaschen aus Mais könnten das Wasser auf eine gesunde Art beeinflussen.“

Grundsätzlich begrüßten die Probanden die Verwendung von biogenen Abfällen, aber es gab Bedenken: „unhygienisch, schlechte Gerüche, mögliche Umweltverschmutzung“. So sollten beispielsweise keine Produkte aus biogenen Abfällen hergestellt werden, die mit Lebensmitteln oder dem Körper in direkte Berührung kommen.

## Niemand versteht „bio-basiert“ und alle pflanzlichen Produkte können biologisch abgebaut werden

Produkte aus Pflanzen sind für den Verbraucher automatisch auch biologisch abbaubar. Das bedeutet: Es wird biologisch abgebaut, wenn man es auf den Kompost oder in den Wald wirft. Also: „Alles, was aus Pflanzen hergestellt wird, ist umweltfreundlich“. Der Begriff „Bio“ ist mit „organisch“ verbunden, im Gegensatz zu „bio-basiert“, das nicht verstanden oder missverstanden wurde. Den Begriff „pflanzenbasiert“ jedoch verstanden die Verbraucher.

## Die Verbraucher wollen von der Politik aufgeklärt werden

Die Verbraucher fühlen sich überfordert, nicht kompetent und nicht verantwortlich für die Beurteilung, welche Materialien gut oder schlecht sind. Die Befragten wollten ein einfaches, offizielles und vertrauenswürdige Etikett, das ihnen hilft, die guten Materialien zu identifizieren. Dieses Ergebnis stellt die zahlreichen laufenden Projekte zur Sensibilisierung der Verbraucher in Frage. Vielleicht wäre die Entwicklung eines geeigneten Kennzeichnungssystems hilfreicher.

Dies sind nur einige der Ergebnisse. Eine vollständige Präsentation der Methodik und der detaillierten Ergebnisse wird auf der 12. International Conference on Bio-based Materials, vom 15. bis 16. Mai 2019 im Maternushaus, Köln, vorgestellt.

„Wir vom nova-Institut sind überzeugt, dass wir und die bio-basierte Wirtschaft mit der Ergänzung unseres umfassenden Marktwissens durch fundierte psychologische Marktforschungsmethoden völlig neue Erkenntnisse gewinnen können.“ Michael Carus, Geschäftsführer des nova-Instituts.

## Hintergrundinformationen

**Möchten Sie auch die Verbraucher und ihre wahren Motive und Entscheidungsprozesse verstehen? Das september & nova-Team bietet Ihnen die Möglichkeit, Antworten näher zu kommen als bei traditionellen, strukturierten Interviews. Probieren Sie es aus! Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme. Ansprechpartner: Michael Carus, Geschäftsführer des nova-Instituts ([michael.carus@nova-institut.de](mailto:michael.carus@nova-institut.de))**

Die Kooperation zwischen den Marktforschern „september“ und „nova-Institut“ wurde im November 2018 beschlossen, um die Denkweise der Verbraucher in Bezug auf bio-, CO<sub>2</sub>-basierte und Kreislaufwirtschaft besser zu verstehen.

„september Strategie & Forschung“, Köln, ist einer der deutschen Marktführer in der tiefenpsychologischen Marktforschung. Dank umfangreicher Tiefeninterviews mit Verbrauchern ist es möglich, hinter die Kulissen des Kaufverhaltens zu schauen und Verbindungen zu finden, die in Online-Umfragen verborgen bleiben.

september arbeitet nach drei Leitsätzen: „professionelle Naivität“, „offenes Interview“ und „kundenorientierter Ansatz“. Das Motto: „Einblicke in die Matroschka: Wie fundierte Marktforschung Ihnen hilft, die richtigen Entscheidungen zu treffen“.

„september“ arbeitet für Marktführer in den Bereichen Food, Fashion, Retail, Telekommunikation und Medien ([www.september-online.de](http://www.september-online.de)).

**Das „nova-Institut für Innovation und Ökologie“**, Hürth bei Köln, ist einer der Marktführer im Bereich der Markt- und Trendberichte in der bio-, CO<sub>2</sub>-basierten und Kreislaufwirtschaft, insbesondere in B2B-Fragen. Vor allem die Marktanalysen zu Biopolymeren, Building Blocks und CO<sub>2</sub>-Nutzung sowie zu GreenPremium-Preisen sind weltweit bekannt ([www.bio-based.eu](http://www.bio-based.eu)).

#### **Verantwortlicher im Sinne des deutschen Presserechts (V.i.S.d.P.):**

Dipl.-Phys. Michael Carus (Geschäftsführer)

nova-Institut GmbH, Chemiepark Knapsack, Industriestraße 300, 50354 Hürth

Internet: [www.nova-institut.de](http://www.nova-institut.de) – Dienstleistungen und Studien auf [www.bio-based.eu](http://www.bio-based.eu)

Email: [contact@nova-institut.de](mailto:contact@nova-institut.de)

Tel: +49 (0) 22 33-48 14 40

Das nova-Institut wurde 1994 als privates und unabhängiges Forschungsinstitut gegründet und ist im Bereich der Forschung und Beratung tätig. Der Fokus liegt auf der bio-basierten und der CO<sub>2</sub>-basierten Ökonomie in den Bereichen Nahrungsmittel- und Rohstoffversorgung, technisch-ökonomische Evaluierung, Marktforschung, Nachhaltigkeitsbewertung, Öffentlichkeitsarbeit, B2B-Kommunikation und politischen Rahmenbedingungen. In diesen Bereichen veranstaltet das nova-Institut jedes Jahr mehrere große Konferenzen. Mit einem Team von 30 Mitarbeitern erzielt das nova-Institut einen jährlichen Umsatz von über 2,5 Mio. €.

**Abonnieren Sie unsere Mitteilungen zu Ihren Schwerpunkten unter [www.bio-based.eu/email](http://www.bio-based.eu/email)**