
Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten



Ergebnisbericht

Martin Langhauser, Christian Koch
Consumer Panel Services GfK



Agenda

- 1 Hintergrund und Studiendesign
- 2 Zusammenfassung
- 3 Allgemeine Kauf- und Verwendungsgewohnheiten
- 4 Bedenken zum Thema Torf



1

Hintergrund und Studiendesign



Zur **besseren Lesbarkeit** wird in diesem Bericht das generische Maskulinum verwendet.

Die verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf **alle Geschlechter**.

Hintergrund

Was möchte der IVG wissen?



Image: freepik



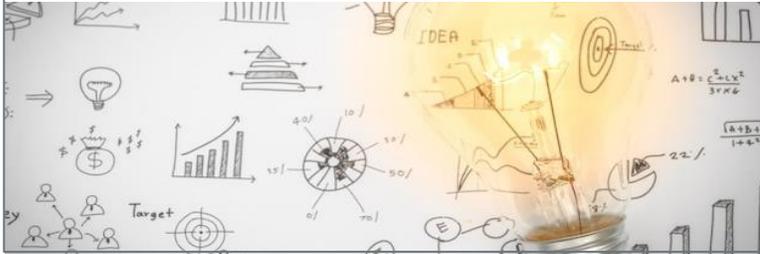
- Die Themen Nachhaltigkeit und Klimawandel sind aktueller denn je und beeinflussen auch die Gartenpflege der Haushalte in Deutschland
- Verbraucher haben gerade beim **Thema Erden, Torf und Dünger** einen unterschiedlichen Wissensstand bzw. verschiedene Einschätzungen und Meinungen
- Zu diesem Analysegegenstand soll deshalb eine quantitative Untersuchung bei konkreten Käufern von Pflanz- und Blumenerden (in den letzten 3 Monaten im Alter von 18 Jahren+) durchgeführt werden
- Analysiert werden sollen allgemeine Kauf- und Verwendungsgewohnheiten von Pflanz- und Blumenerden
- Ein spezieller Fokus gilt hier dem Thema Torf als (umstrittener) Bestandteil der Pflanz- und Blumenerden

Studiendesign

Set-up unserer Umfrage

Methode

Online Access Panel (CAWI)



Fragebogen

Interviewlänge: ca. 5 Minuten



Stichprobe

n=1010



Zielgruppe

Käufer von Pflanz-/Blumenerde in den letzten 3 Monaten im Alter von 18 Jahren+



Images: freepik

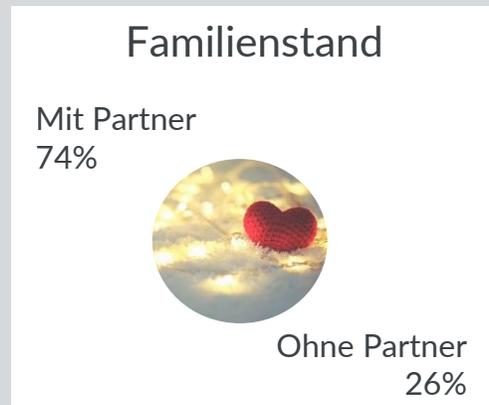
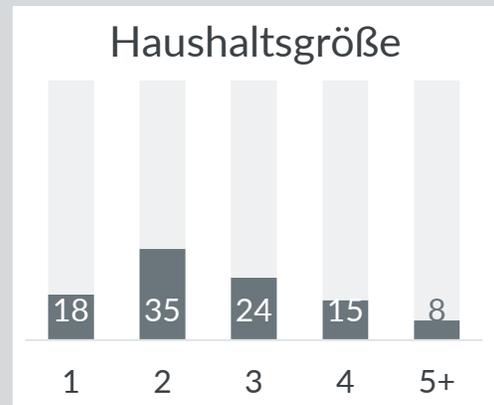
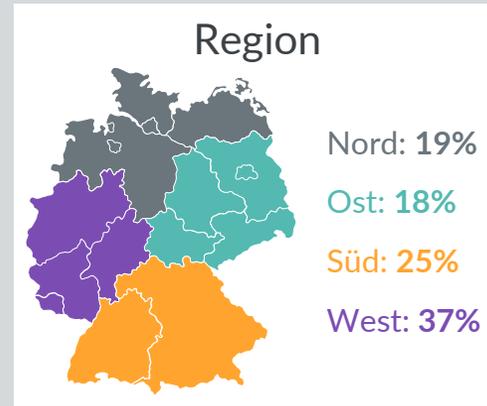
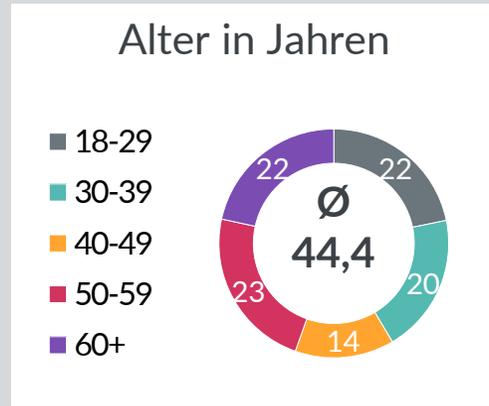
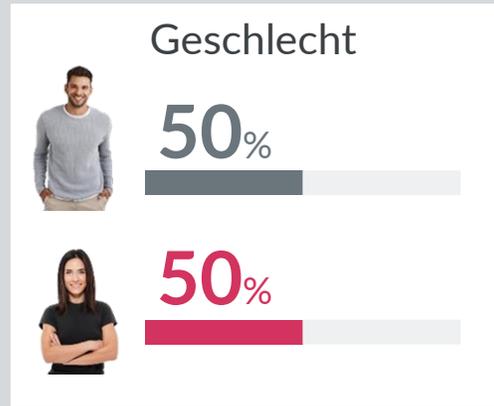
Markt

Deutschland



Soziodemografie

Befragtenstruktur



2

Zusammenfassung

Zusammenfassung

Allgemeine Kauf- und Verwendungsmöglichkeiten



Allgemeine Kauf- und Verwendungsmöglichkeiten:

Pflanz- und Blumenerde wird von ca. $\frac{3}{4}$ der Befragten auf deren Balkon/Terrasse verwendet. Der Garten bzw. Schrebergarten kommt mit 54% auf den zweiten Rang.

Hauptsächlich (zu 78%) wird die gekaufte Erde für blühende Pflanzen verwendet. Es folgen Grün- und Nutzpflanzen mit jeweils knapp 60%.

Bei der Art der in der Regel gekauften Erde gibt es eine relativ große Streuung. So wird konventionelle Pflanz-/Blumenerde (mit Torf) von 49% der Befragten gekauft. 40% kaufen Bio-Erde und 31% torffreie Erde. Die torf reduzierte Erde kommt noch auf einen Anteil von 26%. Die relativ hohen Anteilswerte der einzelnen Erden sprechen dafür, dass es hier viele Überschneidungen gibt, d.h. dass viele Verbraucher in der Regel mehr als eine Erden-Art kaufen.

Bio-Erde hat dabei eine besonders hohe Relevanz bei jüngeren Konsumenten.

Bei der Frage nach den wichtigsten Kaufkriterien bei Pflanz-/Blumenerden spielt der Preis mit einem Anteil von 55% die größte Rolle. Die Eignung für spezielle Pflanzenarten ist für 32% der Befragten unter den wichtigsten Kriterien. Das Merkmal „Torffrei“ wird nur von 14% zu den wichtigsten 3 Kriterien beim Kauf von Erden zugeordnet.

Pflanz- und Blumenerde kaufen die Verbraucher zu 60% in Kombination mit Pflanzen, ein Drittel der Befragten kauft Erden in Verbindung mit Dünger. Lediglich 20% geben an, nur die Pflanz-/Blumenerde ohne weitere verwandte Produkte zu kaufen.

Den Befragten ist der große Anteil der Pflanzerde am Erfolg der Kultur der Pflanzen sehr bewusst. So geben ganze 86% der Befragten an, dass sie den Pflanzerden einen hohen bzw. sehr/überdurchschnittlich hohen Anteil am Erfolg der Kultur zuschreiben.

Zusammenfassung

Bedenken zum Thema Torf



Bedenken zum Thema Torf:

Von den Befragten wollten wir wissen, ob diese beim Kauf von Pflanzerde bzw. Blumenerde Bedenken haben, falls darin Torf enthalten ist. 40% der Befragten kennen die Zusammenhänge nicht oder haben keinerlei Bedenken. 46% hingegen haben Bedenken in Bezug auf den Naturschutz, sowie 35% in Bezug auf das Klima. 22% der Befragten haben sowohl Bedenken in Bezug auf den Naturschutz als auch Bedenken bezgl. des Klimas. Insgesamt melden die Jüngeren eher Zweifel am Thema Torf an als die ältere Zielgruppe.

Betrachtet man die Rahmenbedingungen der Erdenherstellung, so würden 70% der Teilnehmer Torf in Blumenerden akzeptieren, wenn ausgeschlossen wäre, dass für die Gewinnung Natur zerstört wurde. 61% würden Erden mit einem auf 30% reduzierten Torfanteil kaufen und 57% würden sich eine Klimakompensation der CO₂-Emissionen des Torfes wünschen.

„Wenn die Qualität der torffreien Erde genauso gut ist wie die der torfhaltigen Erde, würde ich eher torffrei kaufen“ – diesem Statement stimmen drei Viertel aller Befragten grundsätzlich zu.

68% der Befragten äußern sich zu folgender Aussage zustimmend: *„Wenn die torffreie Erde nicht teurer ist als die torfhaltige Erde, würde ich eher torffrei kaufen.“* Dies zeigt, dass ein erheblicher Teil der Kunden freiwillig zu torffreien Substraten umsteigen würde, wenn diese gleichwertig in Qualität und Preis wären.

Insgesamt interessieren sich fast 50% nicht für die Rahmenbedingungen beim Thema Torf, sie beabsichtigen nicht, ihr Kaufverhalten zu ändern. Personen, die diese Aussage tätigen, gehören zu 55% zur Käufergruppe im Bereich der konventionellen Substrate und zu 29% zu denen, die bereits auf das Attribut torffrei achten.

3

Allgemeine Kauf- und Verwendungsmöglichkeiten

An welchen Orten wird die Pflanzerde verarbeitet?

Pflanzerde wird von ca. $\frac{3}{4}$ der Befragten auf Balkon/Terrasse verwendet.

Balkon/
Terrasse

72%



Innenbereich

41%

Garten/
Schrebergarten

54%



Sonstiges

2%

in % | Images: freepik

Q07 | Wo befinden sich die Pflanzen, für die Sie üblicherweise Pflanzerde bzw. Blumenerde kaufen? | Basis: 1010
Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

Für diese Pflanzenarten wird die Erde genutzt

Hauptsächlich wird die Erde für blühende Pflanzen verwendet.



Zierpflanzen, Blumen, Stauden

78%



Grünpflanzen

59%



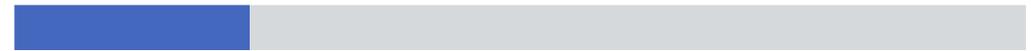
Nutzpflanzen

58%



Gehölze, Hecken, Bäume, Sträucher

23%

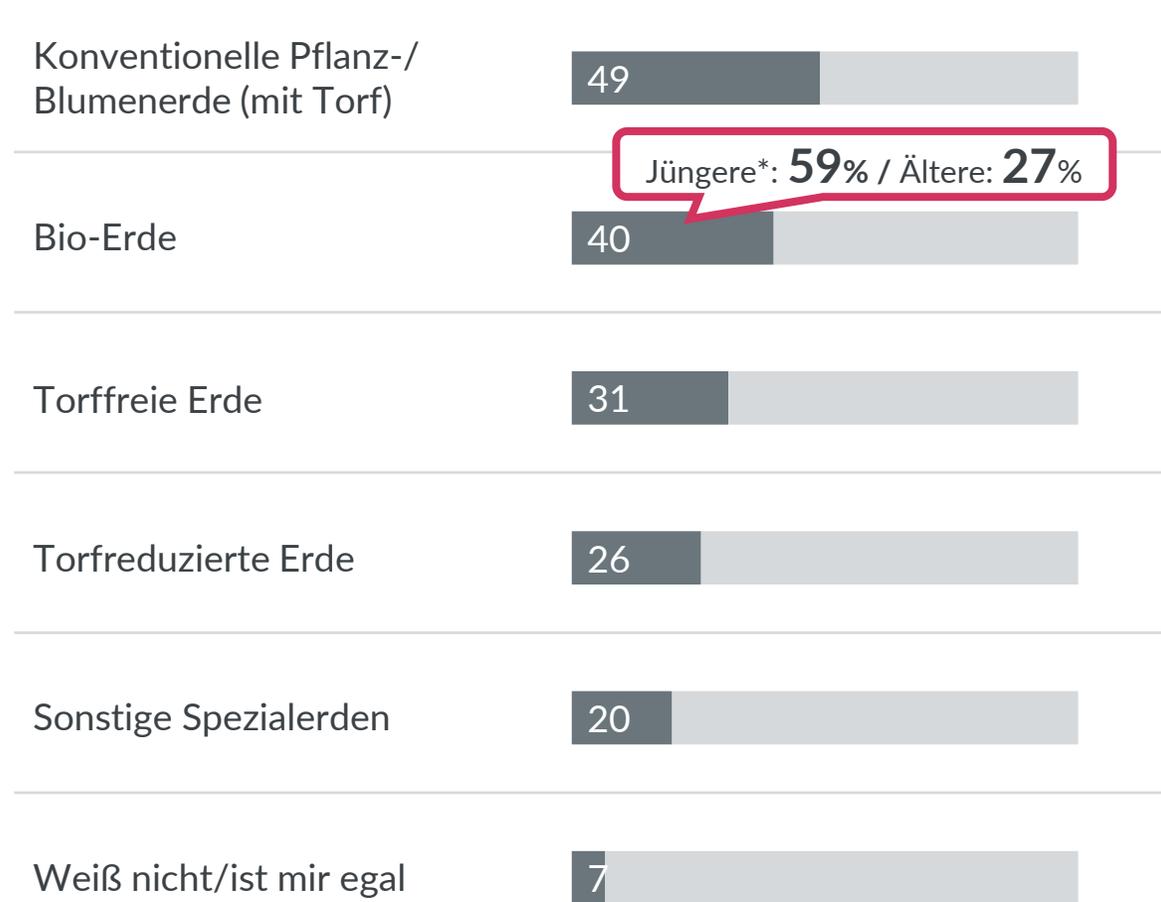


in % | Images: freepik

Q08 | Für welche Pflanzenarten nutzen Sie für gewöhnlich Pflanzerde bzw. Blumenerde? | Basis: 1010
Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

Art der gekauften Pflanzerde

In der Regel wird Bio-Erde deutlich häufiger von den unter 40-Jährigen gekauft.



in % | Image: freepik

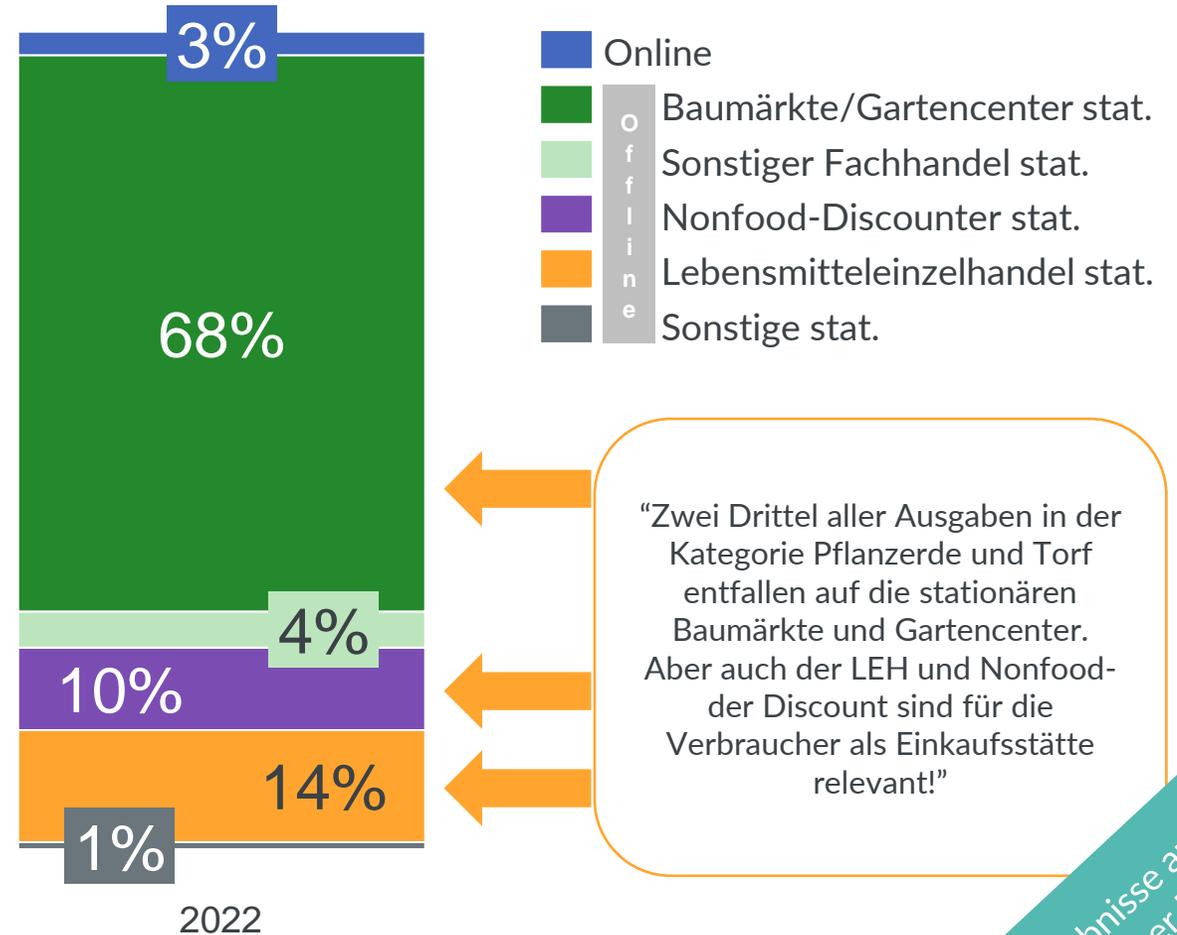
Q09 | Welche Pflanzerde bzw. Blumenerde kaufen Sie in der Regel? | Basis: 1010

Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

*Jüngere: bis 39 Jahre (n=419) / Ältere: 40 Jahre + (n=591)

Einkaufsstätte für Pflanzerde

Die stationären Baumärkte & Gartencenter sind beim Kauf von Pflanzerde Favorit.

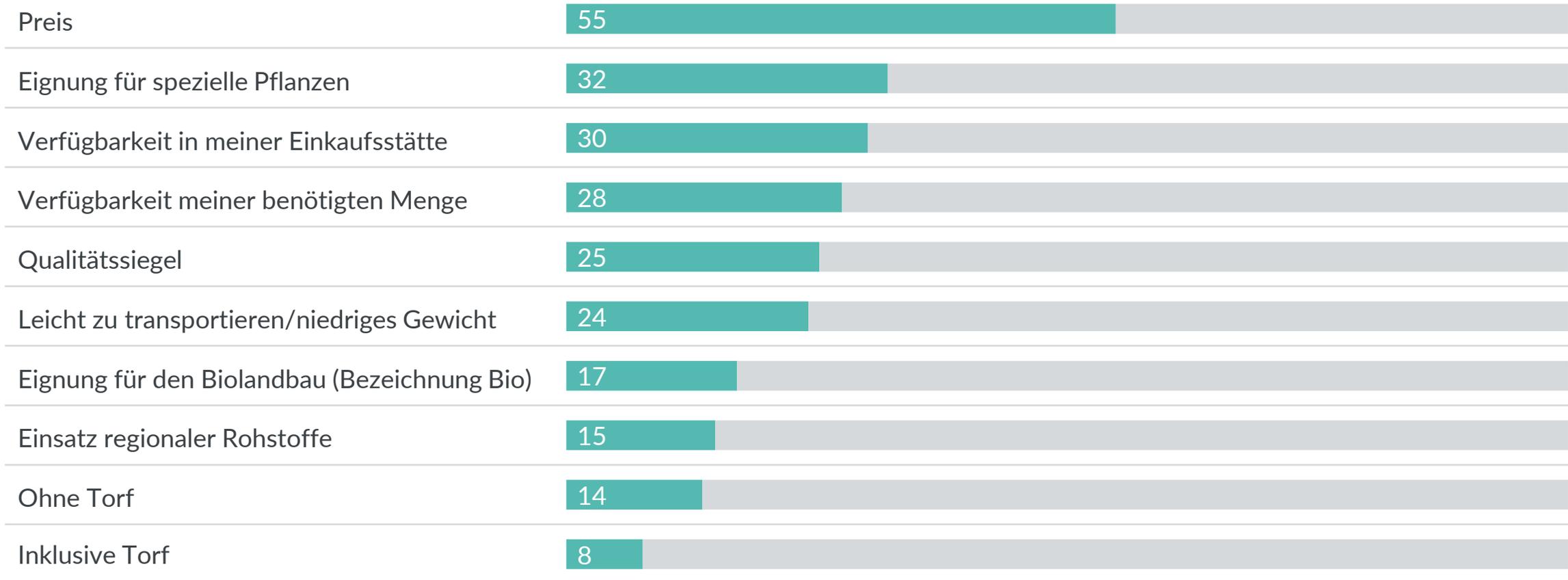


in % | Image: freepik

Quelle: DE GfK Consumer Panel CP+ 2.0 Total Shopper, Warengruppe Torf und Blumenerde, Ausgaben in %, Jahr 2022
Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

Wichtigste Kaufkriterien von Pflanz-/Blumenerde

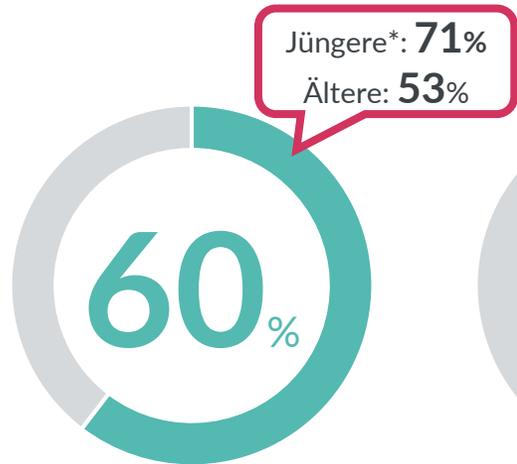
Torf spielt beim Kauf eine untergeordnete Rolle.



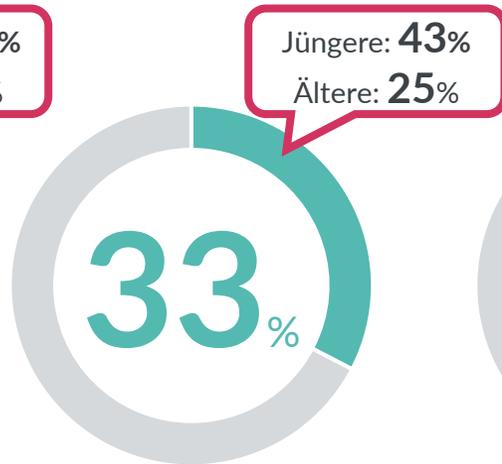
in % | maximal 3 Antworten pro Befragten möglich
Q11 | Was ist für Sie das wichtigste Kriterium beim Kauf von Pflanz- bzw. Blumenerde? | Basis: 1010
Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

Kaufkombinationen beim Kauf von Pflanzerde

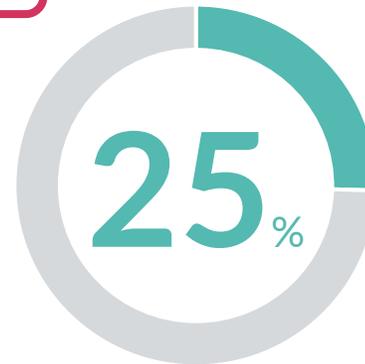
Erde wird in erster Linie gemeinsam mit Pflanzen gekauft, getrieben von den Jüngeren.



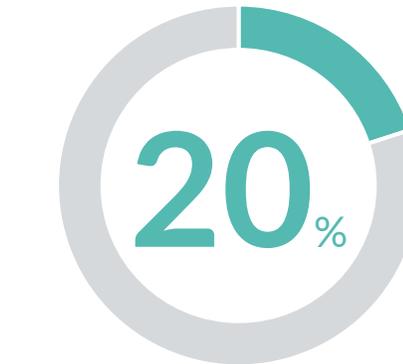
Ja,
zusammen mit
Pflanzen



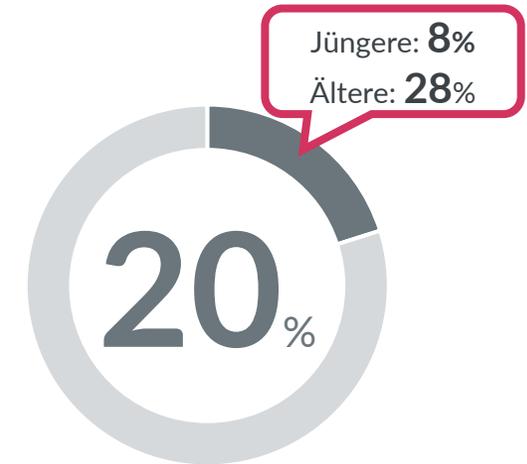
Ja,
zusammen mit
Dünger



Ja,
zusammen mit
Gefäßen



Ja,
zusammen mit
anderen Produkten



Nein, meist nur die
**Pflanz-/
Blumenerde**

Anteil der Pflanzerde am Erfolg der Kultur

Den Befragten ist der große Anteil der Pflanzerde am Erfolg der Kultur sehr bewusst.

86%

...der Befragten schätzen, dass die Pflanzerden einen **hohen** (68%) bzw. **sehr/überdurchschnittlich hohen Anteil** (18%) am Erfolg der Kultur haben.

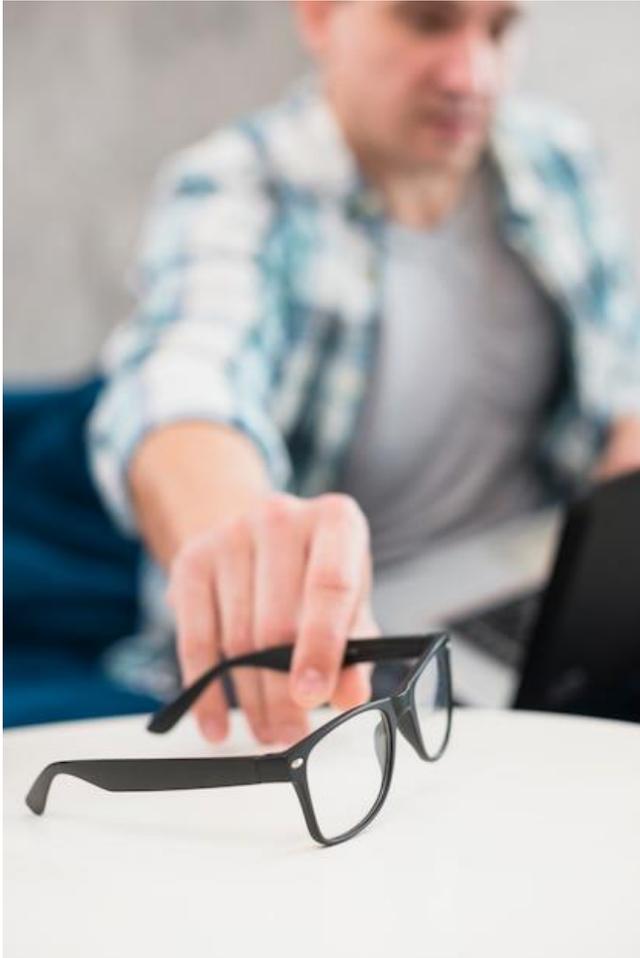


Top 2 boxes in % | Image: freepik

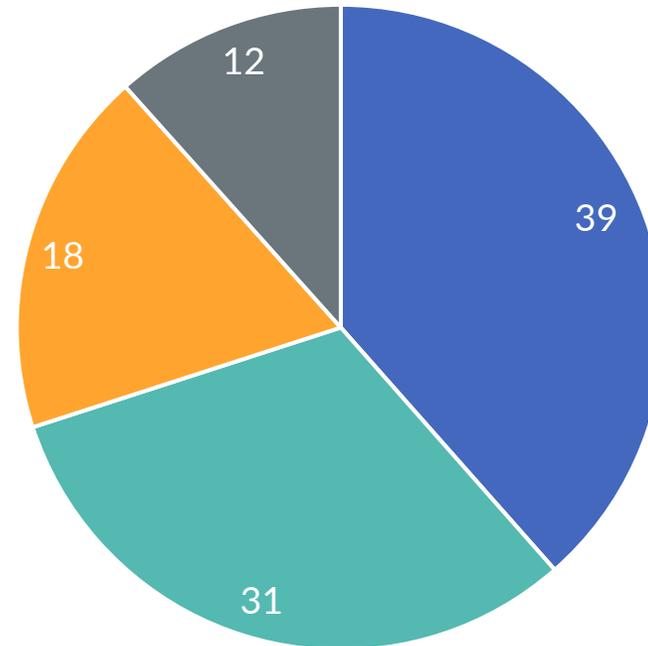
Q13 | Was für einen Anteil trägt die Pflanzerde bzw. Blumenerde am Erfolg der Kultur der Pflanzen bei? | Basis: 1010 Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

Bekanntheit (Dünge-) Anleitung auf Packungsrückseite

70% der Befragten lesen sich die Hinweise zur Anwendung durch.



- Ja, habe ich schon gelesen
- Ja, lese ich und halte mich auch daran
- Ja, ich weiß es zwar, aber lese mir die Hinweise nicht durch
- Nein, war mir nicht bewusst



in % | Image: freepik

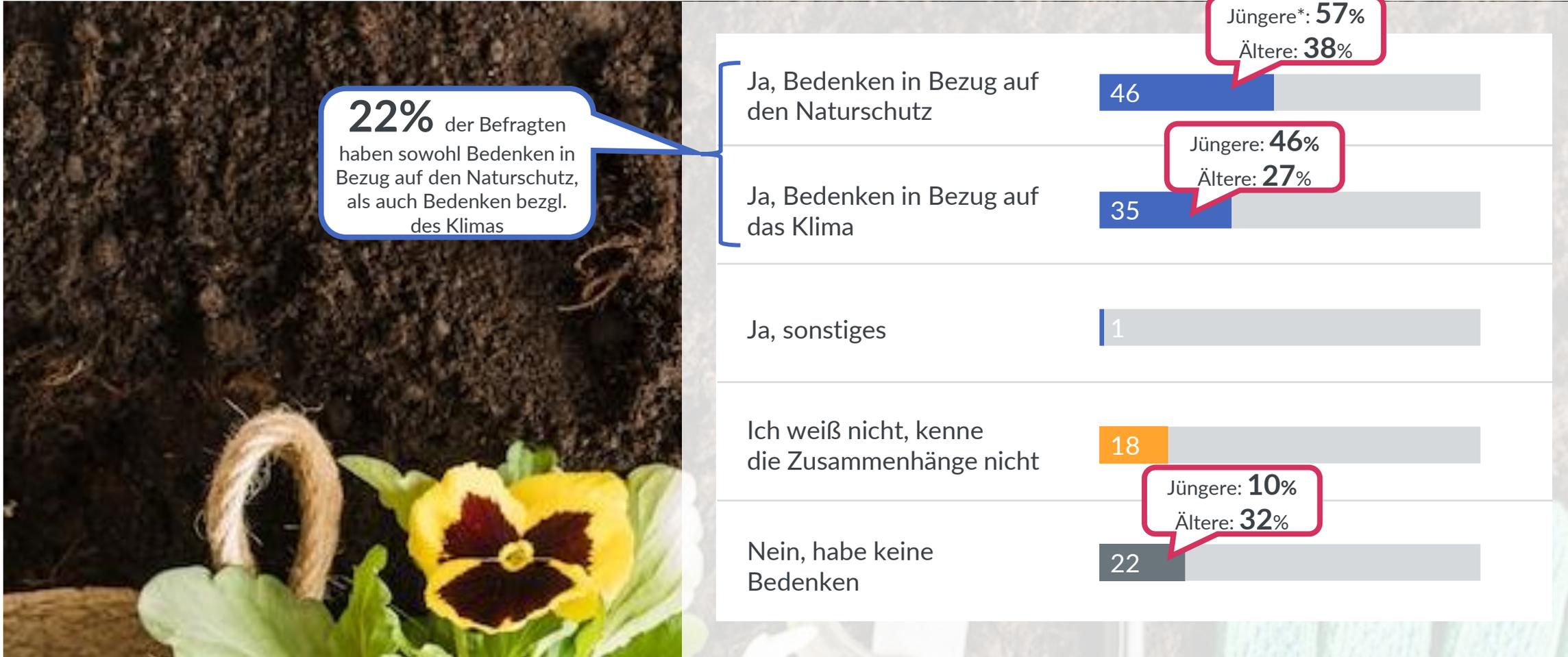
Q14 | Auf vielen Pflanzern bzw. Blumenerden gibt es Hinweise zur Anwendung auf der Packungsrückseite, z.B. zum Thema Dünger. Kennen Sie diese Hinweise? | Basis: 1010 Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

4

Bedenken zum Thema Torf

Bedenken zum Thema Torf

Die Jüngeren melden eher Zweifel an als die ältere Zielgruppe.



in % | Image: freepik

Q15 | Haben Sie beim Kauf von Pflanzenerde bzw. Blumenerde Bedenken, wenn Torf enthalten ist? | Basis: 1010 Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

*Jüngere: bis 39 Jahre (n=419) / Ältere: 40 Jahre + (n=591)

Beurteilung Aussagen zum Thema Torf

Eine Mehrheit wünscht sich verantwortungsvollen Torf und Klimakompensation.

Stark torf reduzierte Erden würden nachgefragt werden. Für den Kauf von torffreien Erden müssten Qualität und Preis gleichwertig sein.



Wenn die **Qualität der torffreien Erde genauso gut** ist wie die der torfhaltigen Erde, würde ich eher **torffrei kaufen**

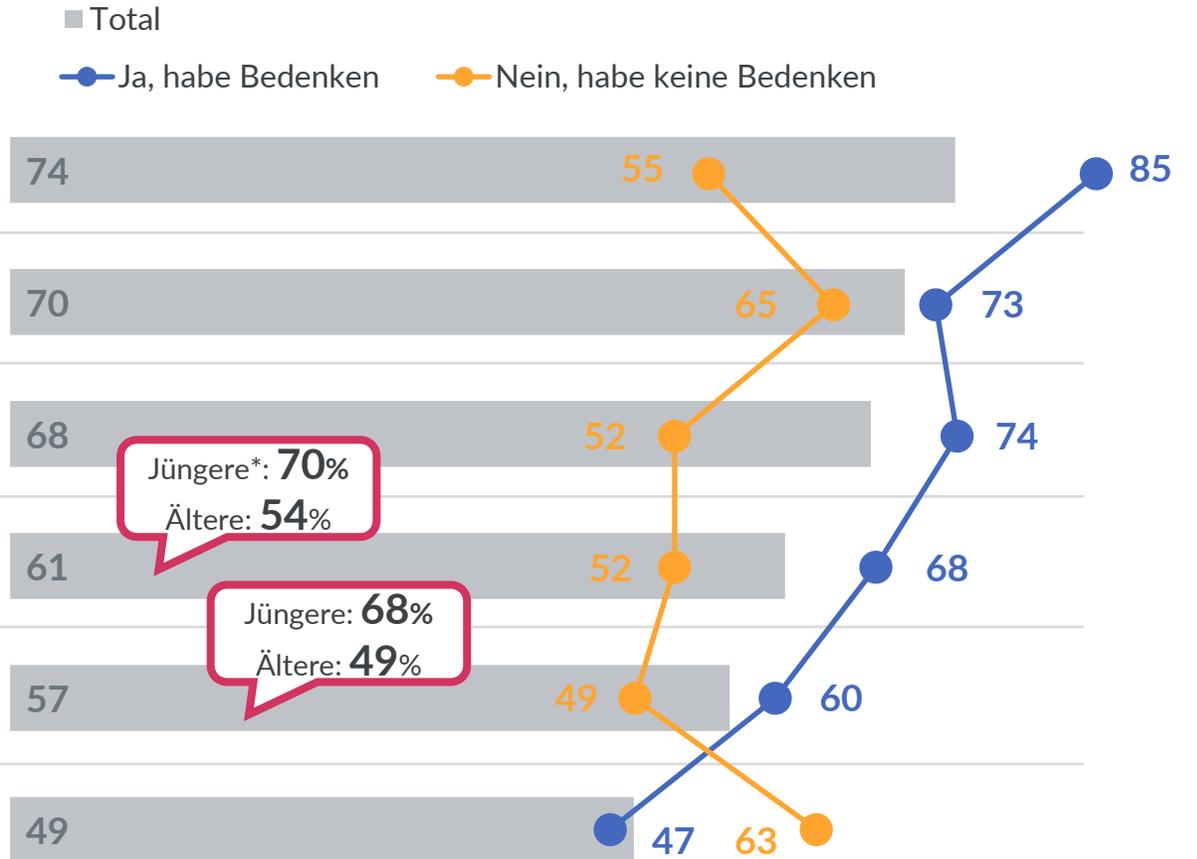
Wenn ich sicher wäre, dass der **Torf verantwortungsvoll und ohne Naturzerstörung** gewonnen wurde, würde ich ihn **als Bestandteil akzeptieren**

Wenn die **torffreie Erde nicht teurer** ist als die torfhaltige Erde, würde ich **eher torffrei kaufen**

Erden mit einer **Reduktion auf maximal 30% Torf** (statt aktuell 50%-70%) würde ich kaufen

Wenn das **CO2 aus dem Torf an anderer Stelle kompensiert** (also eingespart) wurde, würde ich ihn **als Bestandteil einer Erde akzeptieren**

Für mich sind **keine geänderten Rahmenbedingungen** erforderlich, ich **kaufe weiter wie gewohnt**



*Jüngere: bis 39 Jahre (n=419) / Ältere: 40 Jahre + (n=591)

Top 2 boxes in %

Q16 | Haben Sie beim Kauf von Pflanzenerde bzw. Blumenerde Bedenken, wenn Torf enthalten ist? | Basis: Total 1010; Ja, habe Bedenken 601; Nein, keine Bedenken 227

Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

Beurteilung Aussagen zum Thema Torf

35% bzw. 37% stimmen voll und ganz zu, torffrei kaufen zu wollen, wenn die Erde nicht teurer und qualitativ gleichwertig ist.



Wenn die **Qualität der torffreien Erde genauso gut** ist wie die der torfhaltigen Erde, würde ich eher **torffrei kaufen**



Wenn ich sicher wäre, dass der **Torf verantwortungsvoll und ohne Naturzerstörung** gewonnen wurde, würde ich ihn **als Bestandteil akzeptieren**



Wenn die **torffreie Erde nicht teurer** ist als die torfhaltige Erde, würde ich **eher torffrei kaufen**



Erden mit einer **Reduktion auf maximal 30% Torf** (statt aktuell 50%-70%) **würde ich kaufen**



Wenn das **CO2 aus dem Torf an anderer Stelle kompensiert** (also eingespart) wurde, würde ich ihn **als Bestandteil einer Erde akzeptieren**



Für mich sind **keine geänderten Rahmenbedingungen** erforderlich, ich **kaufe weiter wie gewohnt**



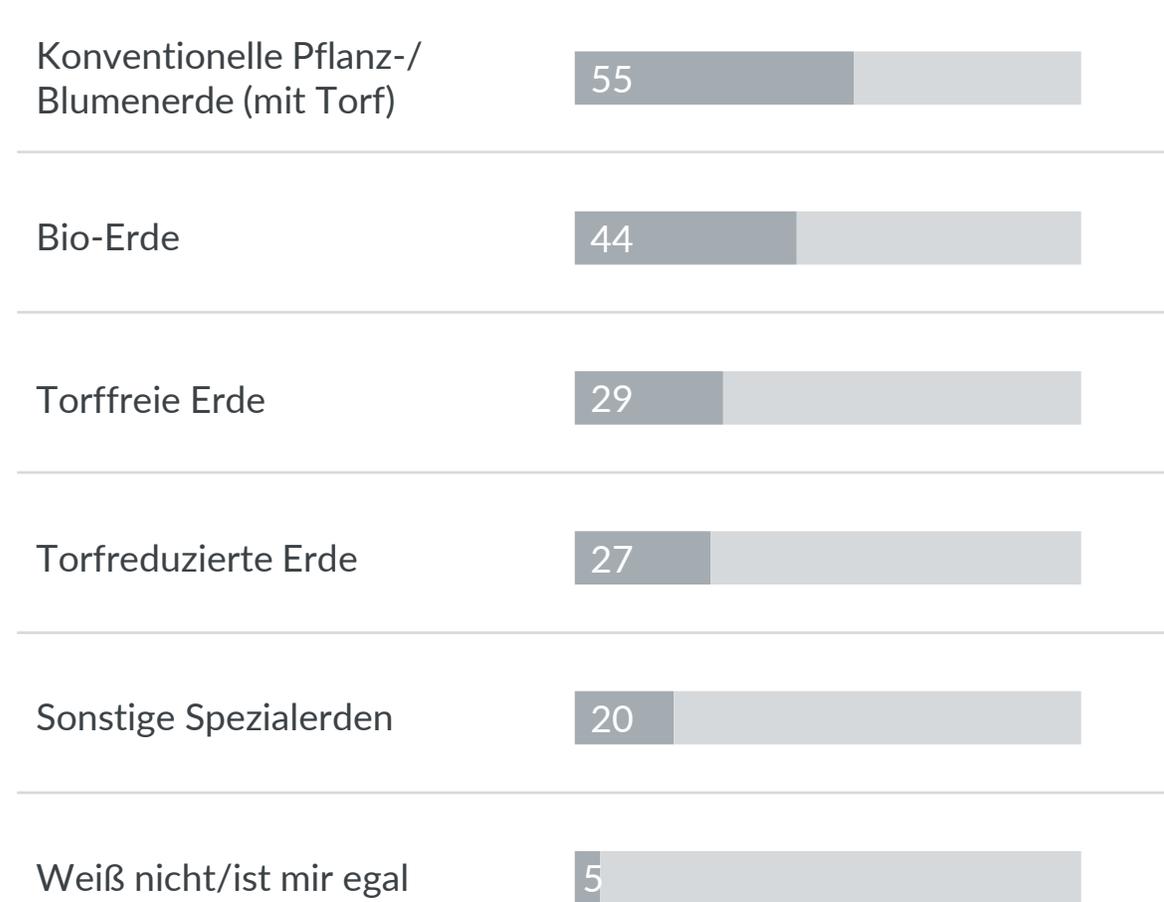
■ 1=Stimme überhaupt nicht zu ■ 2=Stimme eher nicht zu
 ■ 3=Stimme weder zu noch nicht zu ■ 4=Stimme eher zu
 ■ 5=Stimme voll und ganz zu

in %

Q16 | Haben Sie beim Kauf von Pflanzenerde bzw. Blumenerde Bedenken, wenn Torf enthalten ist? | Basis: Total 1010
 Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

Art der in der Regel gekauften Pflanzerde

Teilgruppe: „Keine geänderten Rahmenbedingungen erforderlich“



in % | Image: freepik

Q09 | Welche Pflanzerde bzw. Blumenerde kaufen Sie in der Regel? | Basis: 495

Consumer Panel Services GfK | Quantitative Befragung unter Käufern von Gartenerden & Substraten

Kontakt



Martin Langhauser

Director Retail & Lifestyle I
Consumer Panel Services GfK

+49 911 395 2627

Martin.Langhauser@gfk.com



Christian Koch

Senior Consultant I
Consumer Panel Services GfK

+49 911 395 4617

Christian.Koch@gfk.com



Vielen Dank!