



**verbraucherzentrale**

*Bundesverband*

# Verbrauchererwartungen an regionale Lebensmittel

Juni 2023

Vortrag beim 11. Bundestreffen der Regionalbewegung 2023 in Farchant

# ERGEBNISSE AUS DER VERBRAUCHERFORSCHUNG

# AUSGEWÄHLTE UMFRAGEERGEBNISSE 1/3

## Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln

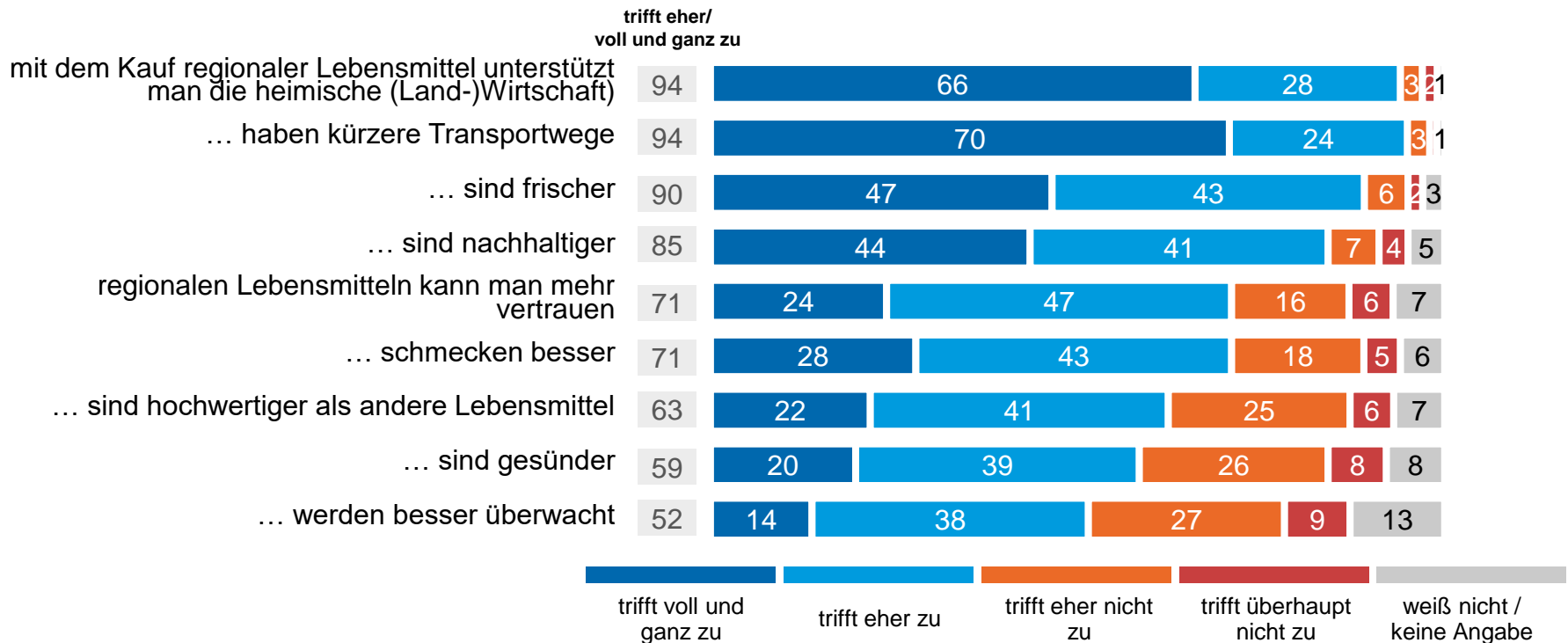
- 76 Prozent der befragten Verbraucher:innen achten beim Lebensmittelkauf darauf, ob Produkte aus regionaler Erzeugung stammen.
- Besonders wichtig ist Regionalität bei Obst und Gemüse (86 Prozent), Eiern (82 Prozent), Brot und Backwaren (74 Prozent), Fleisch und Wurst (72 Prozent), Milch und Milchprodukten (67 Prozent).

## Kaufmotivation

- Wichtigste Kaufmotivationen: Unterstützung der heimischen (Land-) Wirtschaft und kürzere Transportwege (jeweils 94 Prozent), Frische (90 Prozent), Nachhaltigkeit (84 Prozent).

# KAUFMOTIVATION

Bei der Kaufmotivation spielen die Unterstützung der heimischen (Land-)Wirtschaft und kürzere Transportwege eine sehr große Rolle, ebenso Frische und Nachhaltigkeit der Produkte.

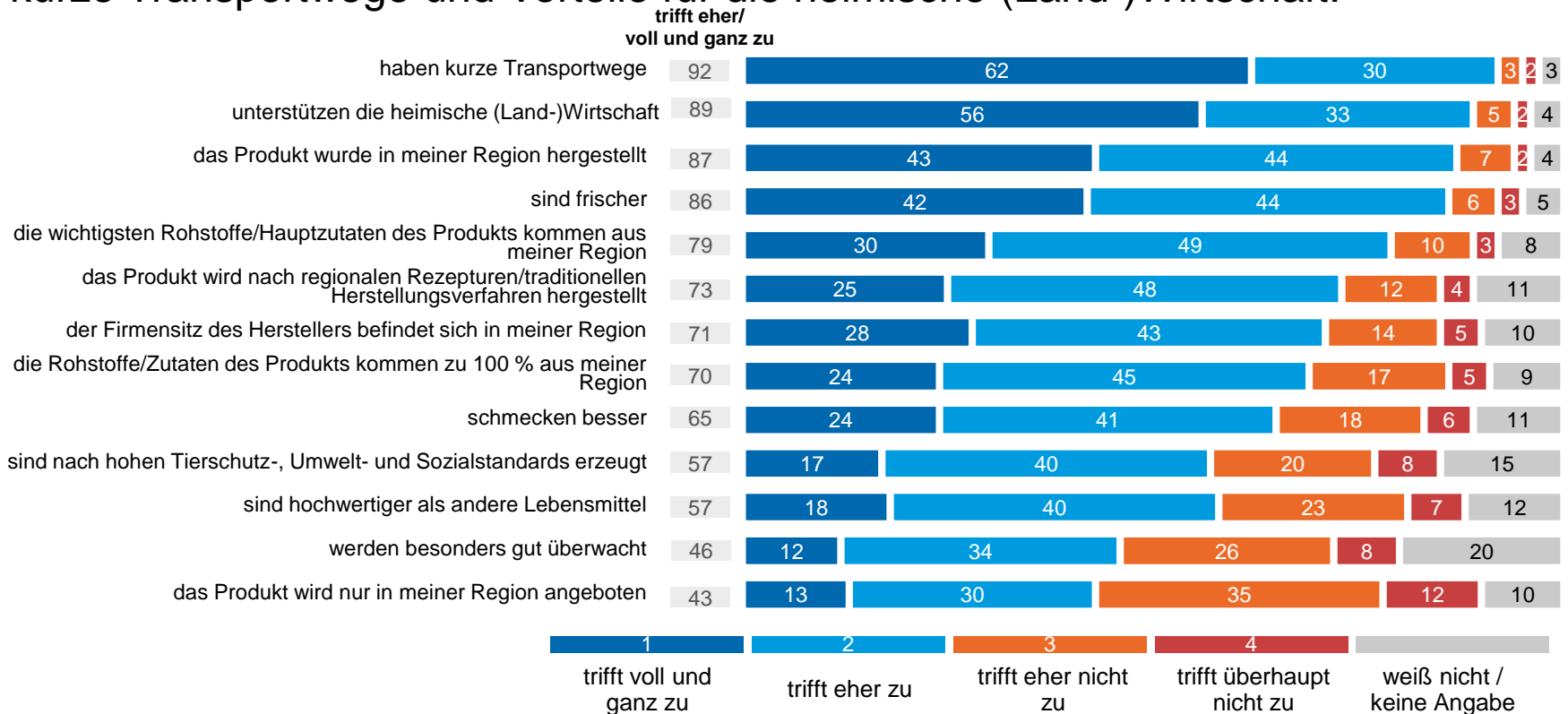


Basis: Falls Kauf regionaler Lebensmittel; 927 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Warum kaufen Sie regionale Lebensmittel? Regionale Lebensmittel...“

# ASSOZIATIONEN ZU REGIONALEN LEBENSMITTELN AUS DER EIGENEN REGION

Die Befragten assoziieren mit Lebensmitteln aus der eigenen Region vor allem kurze Transportwege und Vorteile für die heimische (Land-)Wirtschaft.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Was denken Sie, trifft auf Lebensmittel zu, die an Ihrem Wohnort aus regionaler Erzeugung angeboten werden?“

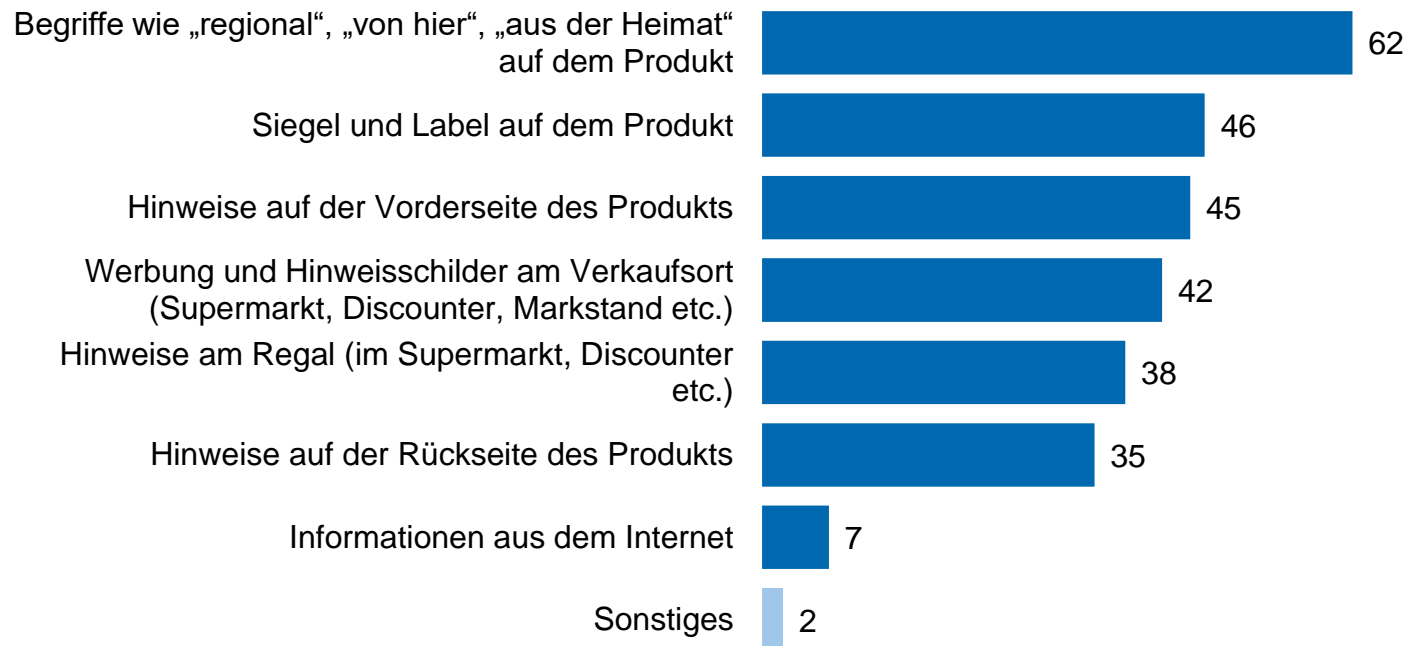
# AUSGEWÄHLTE UMFRAGEERGEBNISSE 2/3

## Erkennbarkeit regionaler Lebensmittel

- Fast vier von zehn Befragten (39 Prozent) fällt es schwer, regionale Lebensmittel aus der eigenen Region zu erkennen.

# ORIENTIERUNG BEIM KAUF REGIONALER LEBENSMITTEL

Die Mehrheit der befragten Verbraucher:innen verlässt sich beim Kauf regionaler Lebensmittel auf unspezifische Werbebegriffe wie „von hier“ oder „aus der Heimat“.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich  
Frage: „Woran orientieren Sie sich/würden Sie sich orientieren, wenn Sie regionale Lebensmittel kaufen möchten?“

# INFORMATIONSBEDARF BEI REGIONALEN LEBENSMITTELN

Die befragten Verbraucher:innen möchten wissen, wo ein regionales Produkt verarbeitet oder hergestellt wurde. Die knappe Mehrheit wünscht sich außerdem Informationen zur Herkunft der Zutaten des Produkts.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Welche konkreten Informationen hinsichtlich der regionalen Herkunft von Lebensmitteln sind Ihnen wichtig? Ich möchte wissen...“



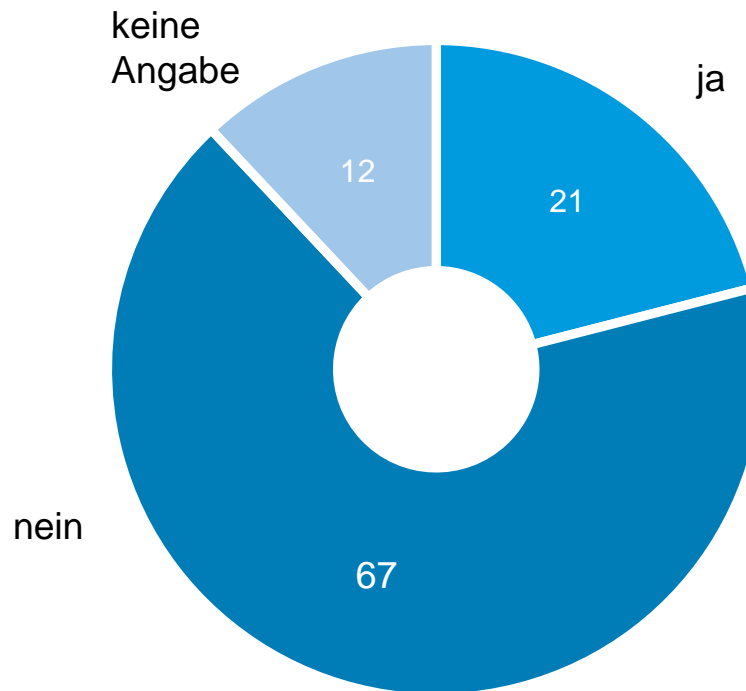
# AUSGEWÄHLTE UMFRAGEERGEBNISSE 3/3

## Regionalverständnis

- Für den Großteil (72 Prozent) ist ein Lebensmittel dann „regional“, wenn es aus dem eigenen Landkreis stammt.
- 55 Prozent akzeptieren Produkte aus dem eigenen Bundesland noch als regional.
- Knapp zwei Drittel (65 Prozent) sind der Meinung, dass der Erzeugungs-/Verarbeitungsort eines Lebensmittels maximal 100 Kilometer vom Verkaufsort entfernt sein sollte, um noch als regionales Produkt zu gelten.

# REGIONALVERSTÄNDNIS

Gut zwei Drittel der befragten Verbraucher:innen finden es inakzeptabel, wenn ein als regional beworbenes, verarbeitetes Produkt zwar in der genannten Region hergestellt wurde, die Zutaten aber von woanders her kommen.

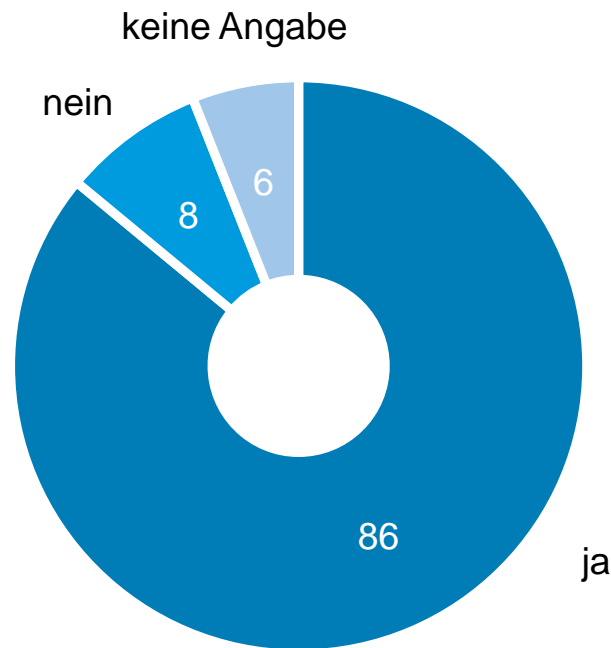


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Finden Sie es akzeptabel, wenn ein als regional beworbenes, verarbeitetes Produkt, wie zum Beispiel Wurst oder Käse, zwar in der genannten Region hergestellt wurde, das Fleisch für die Wurst oder die Milch für den Käse aber von woanders her kommen?“

# VORGABEN FÜR KENNZEICHNUNG UND BEWERBUNG REGIONALER LEBENSMITTEL

Eine deutliche Mehrheit der Befragten wünscht sich einheitliche, verbindliche Regeln und Vorgaben für die Kennzeichnung und Bewerbung regionaler Lebensmittel.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Sollte es Ihrer Meinung nach einheitliche, verbindliche Regeln und Vorgaben für die Kennzeichnung von Lebensmitteln geben, die als regional beworben und vermarktet werden?“

**FAZIT:  
WO REGIONAL DRAUF STEHR, MUSS  
AUCH REGIONAL DRIN SEIN**

-

**MEHR DURCHBLICK IM  
SIEGELDSCHUNDEL**

# POLITISCHE FORDERUNGEN DES VZBV

- EU-Ebene: Schaffung **verbindlicher Regelungen von Werbung mit regionaler Herkunft**
- Bundesregierung und Bundesländer: Entwicklung **einheitliche Mindeststandards für die Auslobung von regionaler Herkunft**
- Bundesländer: wirksame **Kontrolle der Regionalkennzeichnung**

# UNTERSUCHUNGSDESIGN

<b>Grundgesamtheit:</b>	bundesweit online-repräsentative Bevölkerung ab 18 Jahren
<b>Stichprobengröße:</b>	1.009 Personen
<b>Gewichtung:</b>	Alter, Geschlecht, Bildung (online-repräsentativ)
<b>Statistische Fehlertoleranz:</b>	max. +/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe
<b>Befragungsmethode:</b>	CAWI (CAWI = Computer Assisted Web Interviewing)
<b>Befragungszeitraum:</b>	15. bis 26. Oktober 2021
<b>Institut:</b>	hopp Marktforschung, Berlin
<b>Hinweis:</b>	Die Summe der einzelnen Prozentwerte kann rundungsbedingt von 100 Prozent abweichen. Die Darstellung der kumulierten Werte kann rundungsbedingt von der Summe der Einzelwerte abweichen.

**Vollständige Ergebnispräsentation:** [https://www.vzbv.de/sites/default/files/2022-03/22-03-02\\_Onlinebefragung\\_Regionale%20Lebensmittel\\_0.pdf](https://www.vzbv.de/sites/default/files/2022-03/22-03-02_Onlinebefragung_Regionale%20Lebensmittel_0.pdf)

**Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

Sabrina Göddertz

Referentin

Team Lebensmittel

[sabrina.goeddertz@vzbv.de](mailto:sabrina.goeddertz@vzbv.de)

**verbraucherzentrale**

*Bundesverband*