

# Geschmackstage

Bundesweites Aktionsprogramm für Geschmacksbildung und regionale Esskultur

## „Wie schmeckt die Region?“

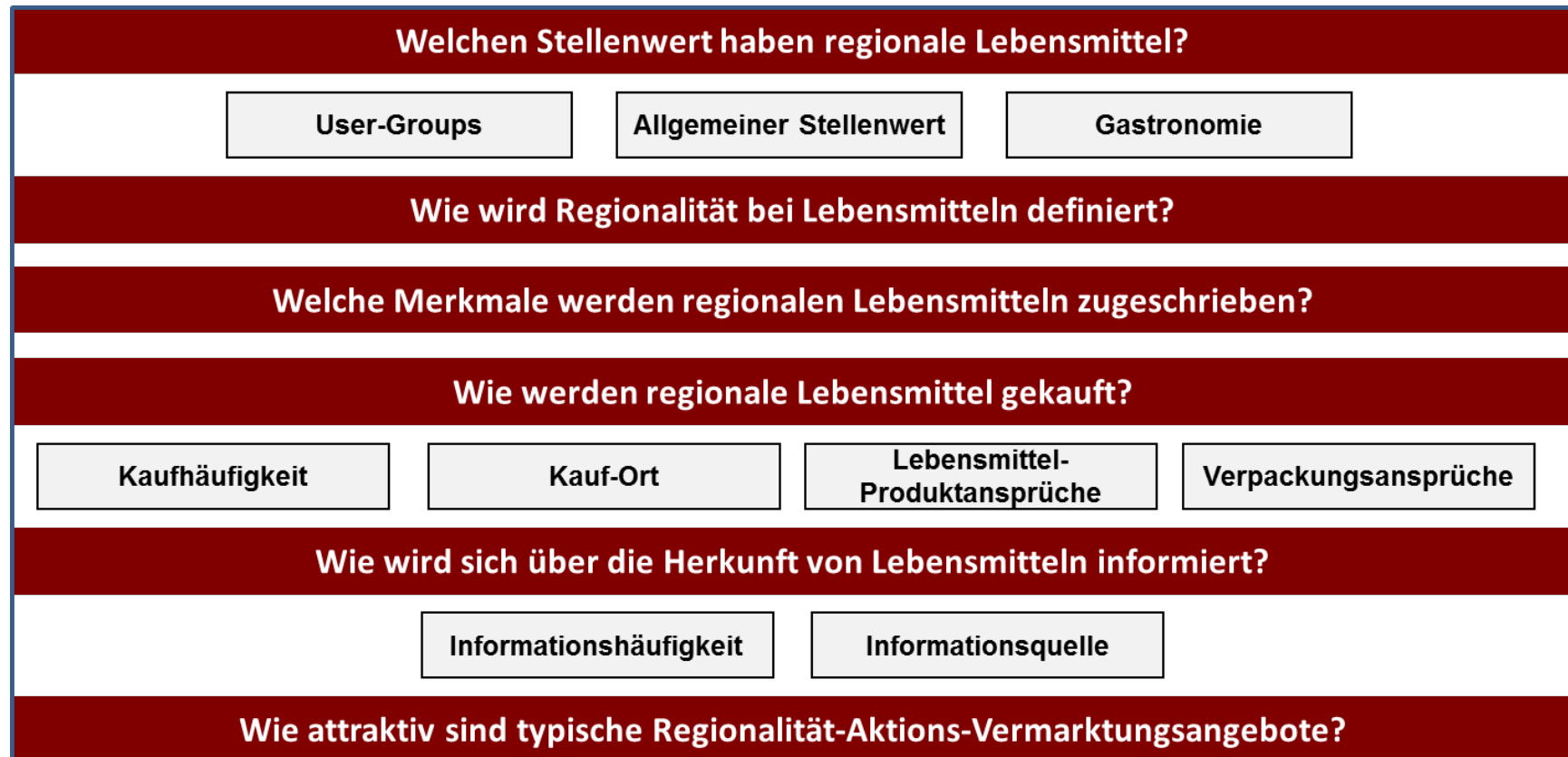
Einstellungen, Erwartungen und Strategien  
beim Kauf regionaler Lebensmittel

Quelle: Studie des Vereins Geschmackstage Deutschland e.V., 2016

Autor: Prof. Dr. Holger Buxel, Münster



# Studiendesign und -aufbau



## Befragtengruppen (n=400)

### Herkunft:

- Großstadt
- Ländliche Region / Kleinstadt

### Alter:

- Jüngere (bis 30)
- Ältere (50+)

# Stellenwert regionaler Lebensmittel - User-Groups

## Verteilung der User-Groups

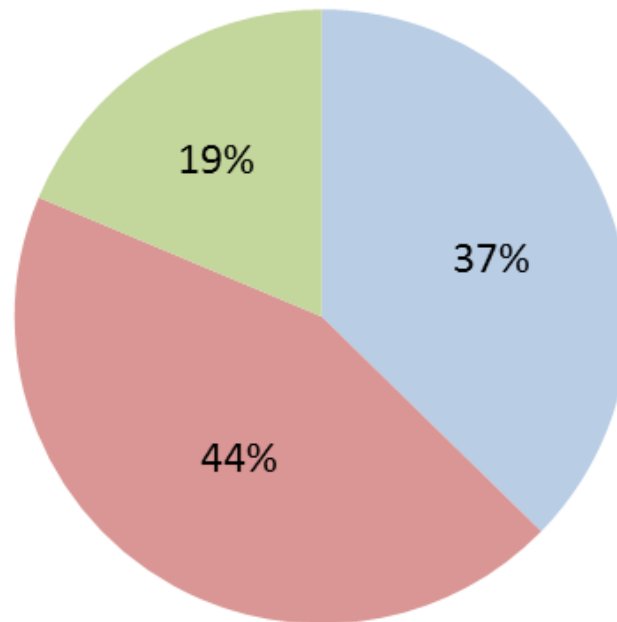
[alle Befragten]

**Positive  
Einstellung**

**Hohe Kauf-  
bereitschaft**

**Mehrzahlungs-  
Bereitschaft**

**Einkaufsstätten-  
wahl-Relevanz**

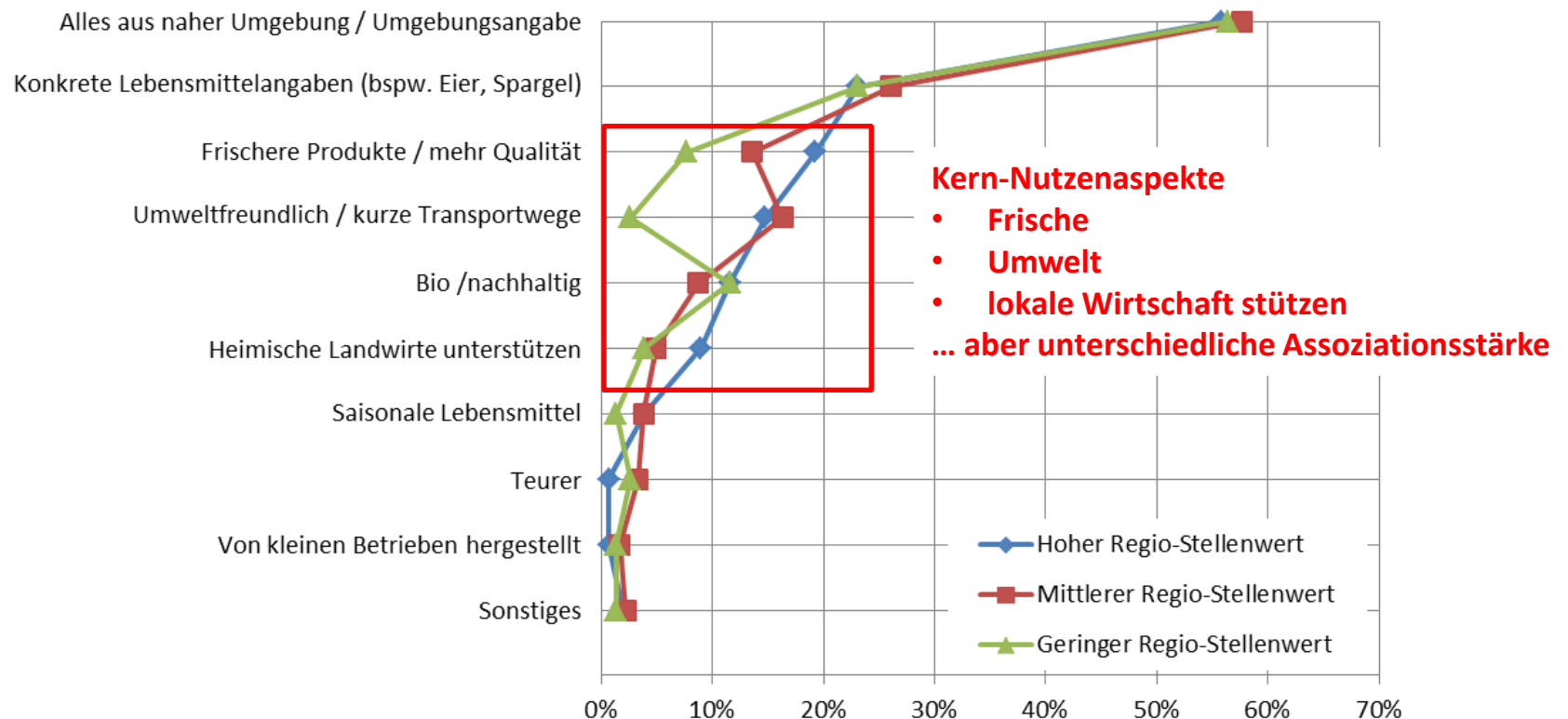


- Hoher Regio-Stellenwert (n = 156)
- Mittlerer Regio-Stellenwert (n = 184)
- Geringer Regio-Stellenwert (n = 78)

# Definition regionaler Lebensmittel

**Frage:** Wenn Sie einmal an regionale Lebensmittel denken. Was verbinden Sie mit dem Begriff „regionale Lebensmittel“? Bitte nennen Sie alles, was Ihnen ganz spontan einfällt.

[Untergruppen]

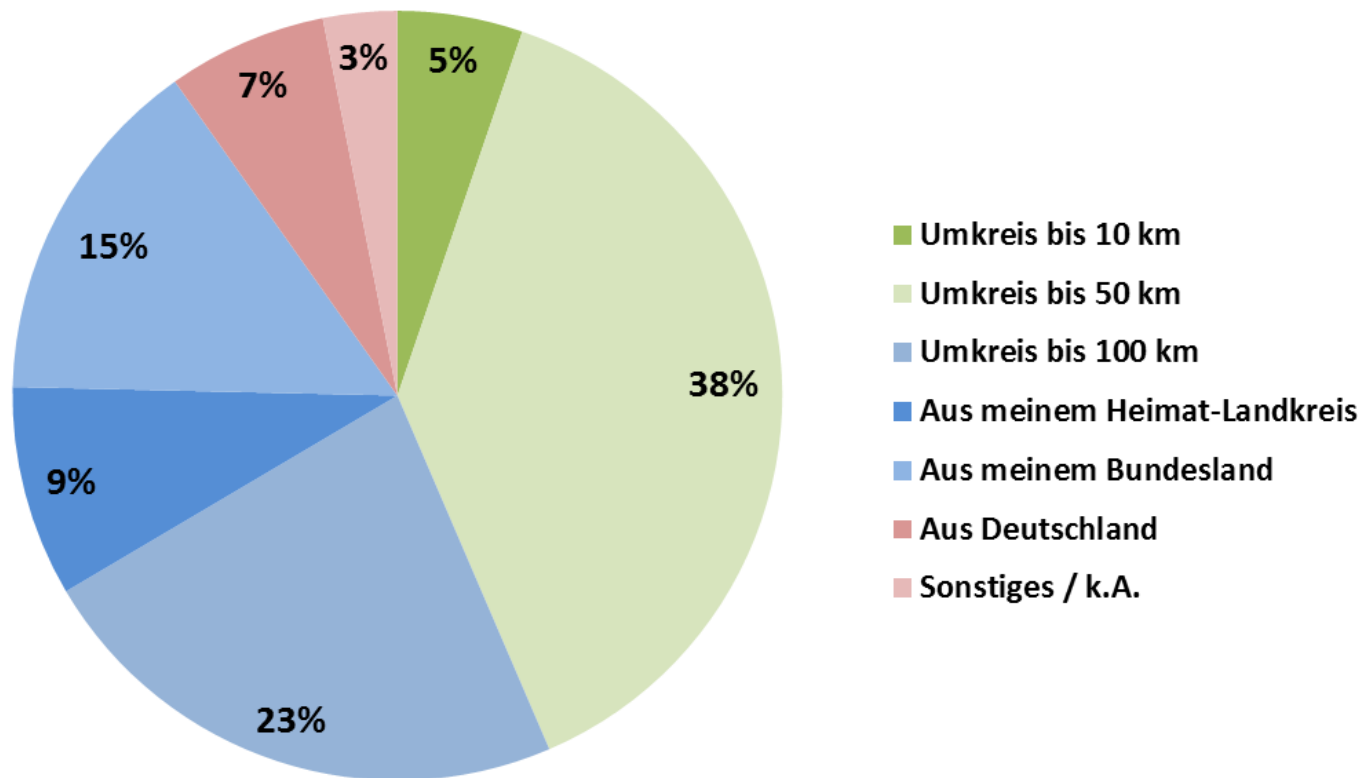


(Anteil Befragte mit Nennung in Kategorie)

# Definition regionaler Lebensmittel

**Frage:** Aus welchem Umkreis muss der Erzeuger bzw. Produzent eines Lebensmittels kommen, damit es sich für Sie um ein regionales Lebensmittel „aus Ihrer Region“ handelt?

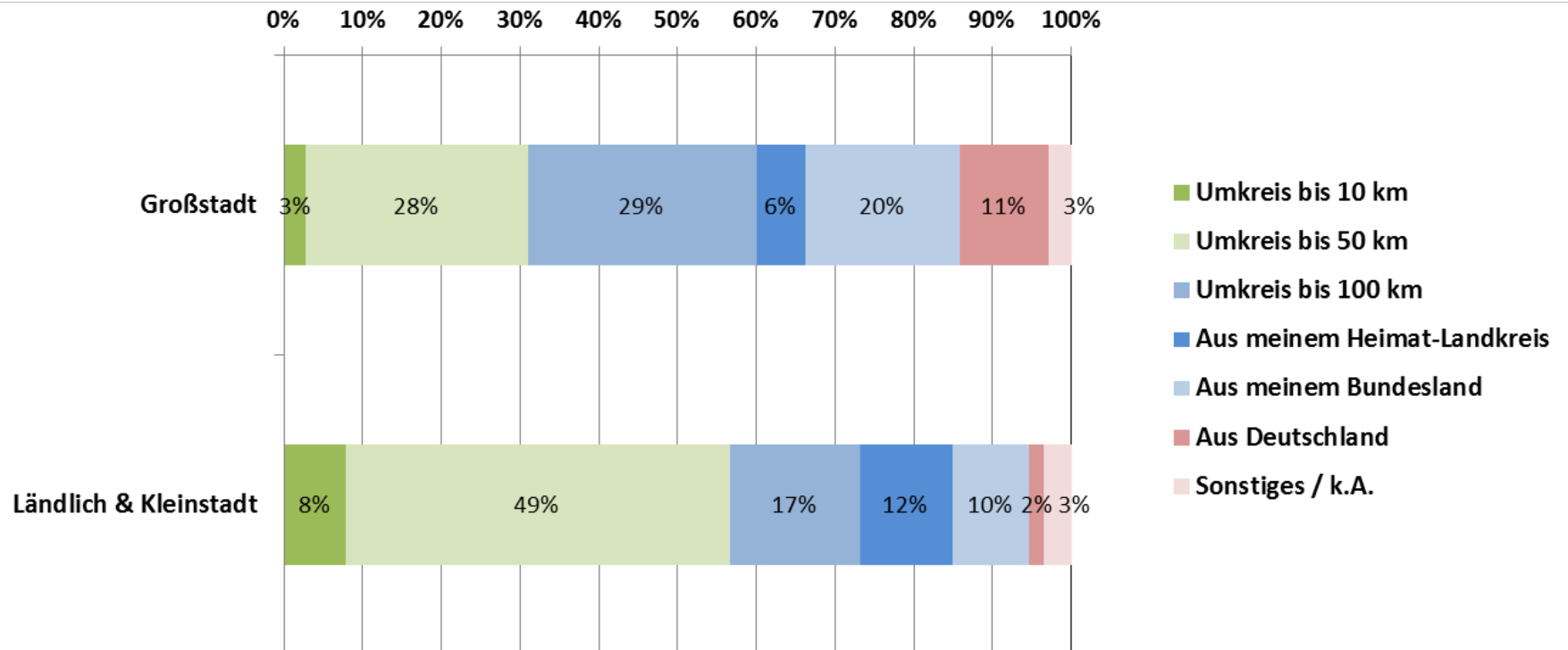
[alle Befragten]



# Definition regionaler Lebensmittel

**Frage:** Aus welchem Umkreis muss der Erzeuger bzw. Produzent eines Lebensmittels kommen, damit es sich für Sie um ein regionales Lebensmittel „aus Ihrer Region“ handelt?

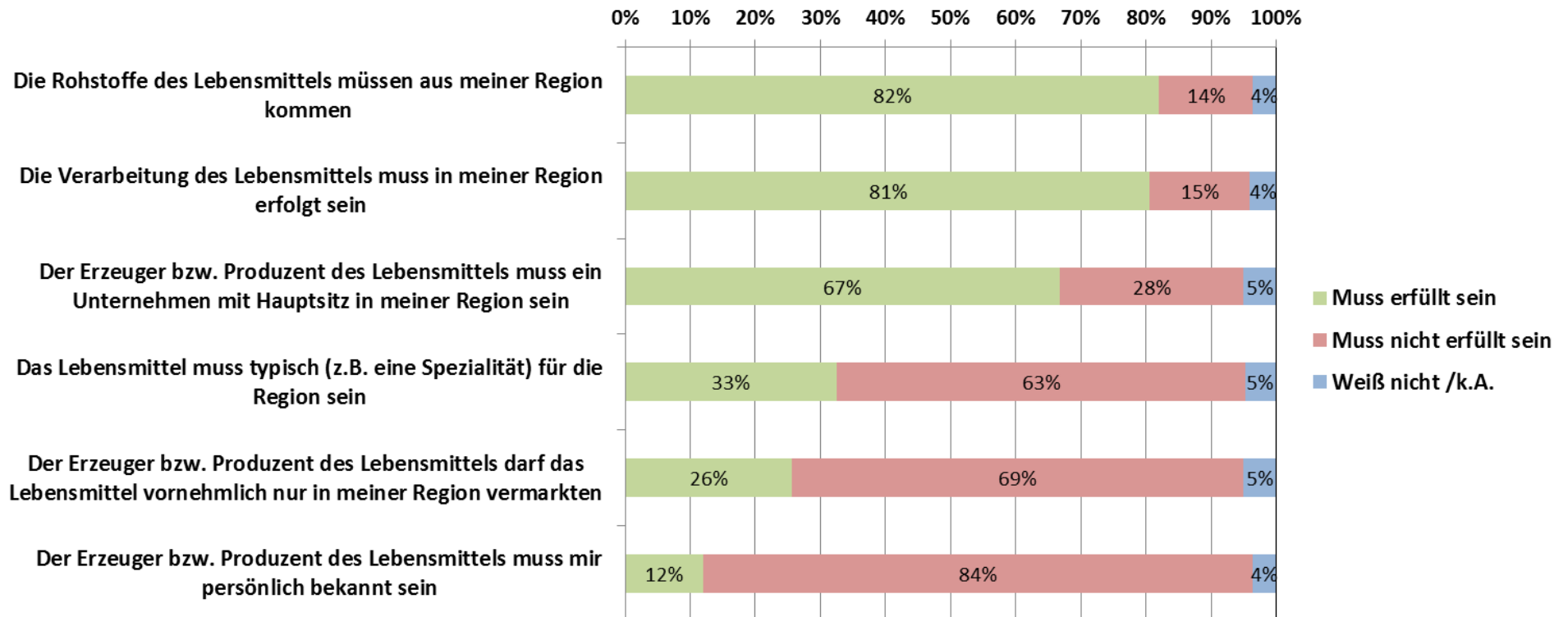
[Untergruppen]



# Definition regionaler Lebensmittel

**Frage:** Und in wie weit müssen die folgenden Merkmale bei einem Lebensmittel erfüllt sein, damit es sich für Sie persönlich um ein Lebensmittel aus Ihrer Region handelt?

[alle Befragten]

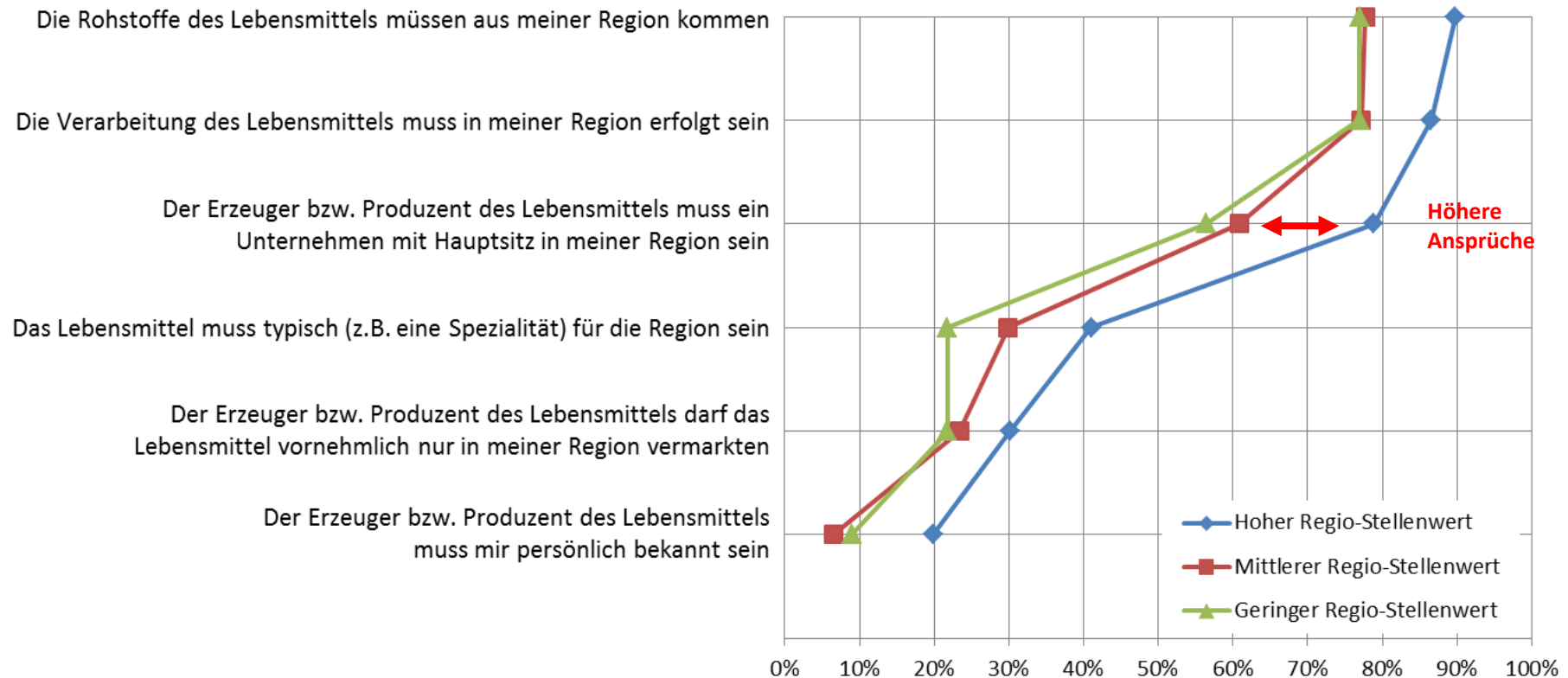


# Definition regionaler Lebensmittel

**Frage:** Und in wie weit müssen die folgenden Merkmale bei einem Lebensmittel erfüllt sein, damit es sich für Sie persönlich um ein Lebensmittel aus Ihrer Region handelt?

[Top-1-Box = muss erfüllt sein]

[Untergruppen]



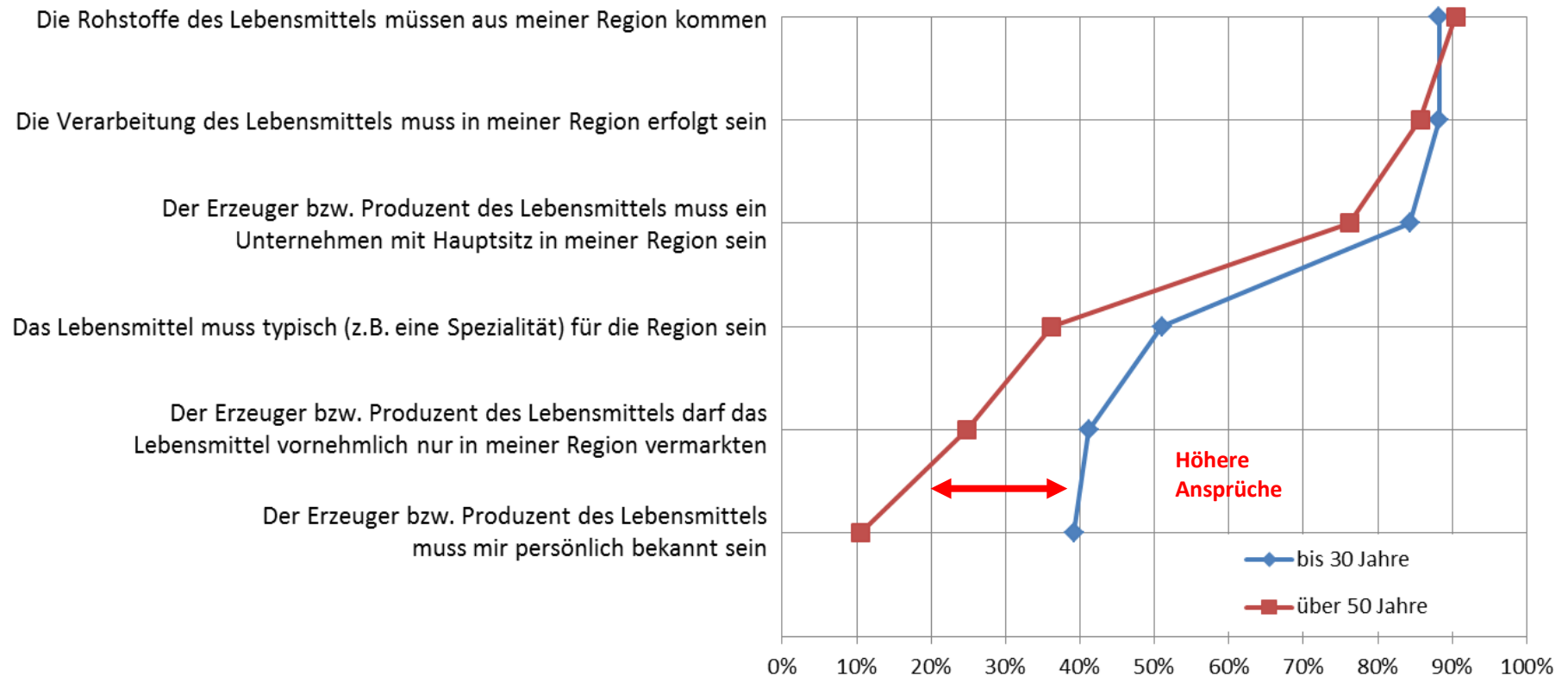
# Definition regionaler Lebensmittel

[Zusatzauswertung Zielgruppe „Hoher Regio-Stellenwert“]

**Frage:** Und in wie weit müssen die folgenden Merkmale bei einem Lebensmittel erfüllt sein, damit es sich für Sie persönlich um ein Lebensmittel aus Ihrer Region handelt?

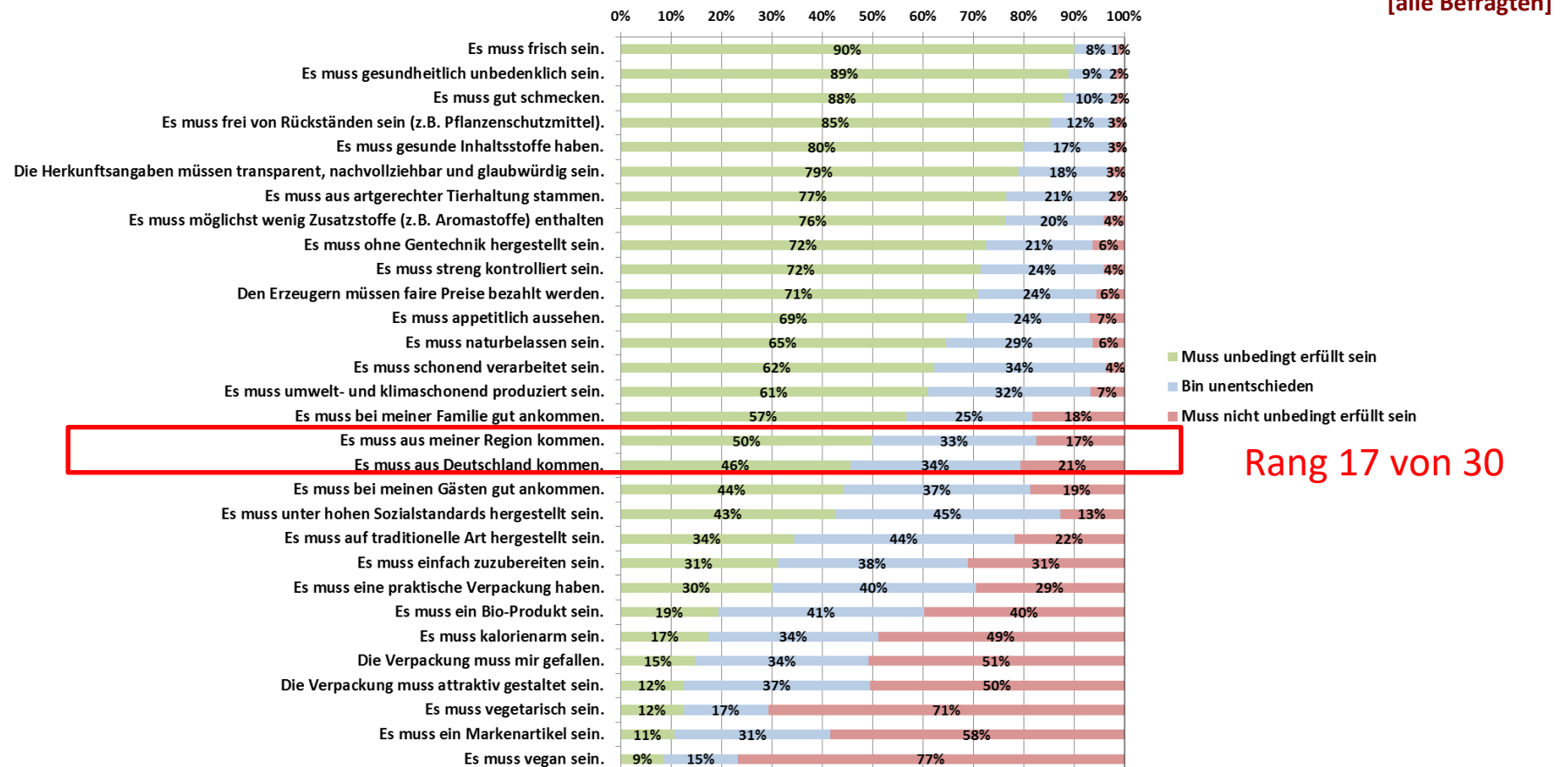
[Top-1-Box = muss erfüllt sein]

[Untergruppen]



# Kauf regionaler Lebensmittel – Produktansprüche

**Frage:** Hier sehen Sie eine Liste mit möglichen Eigenschaften von Lebensmitteln. Welche davon muss ein Lebensmittel unbedingt erfüllen, damit es sich für Sie um ein qualitativ hochwertiges Lebensmittelprodukt handelt?

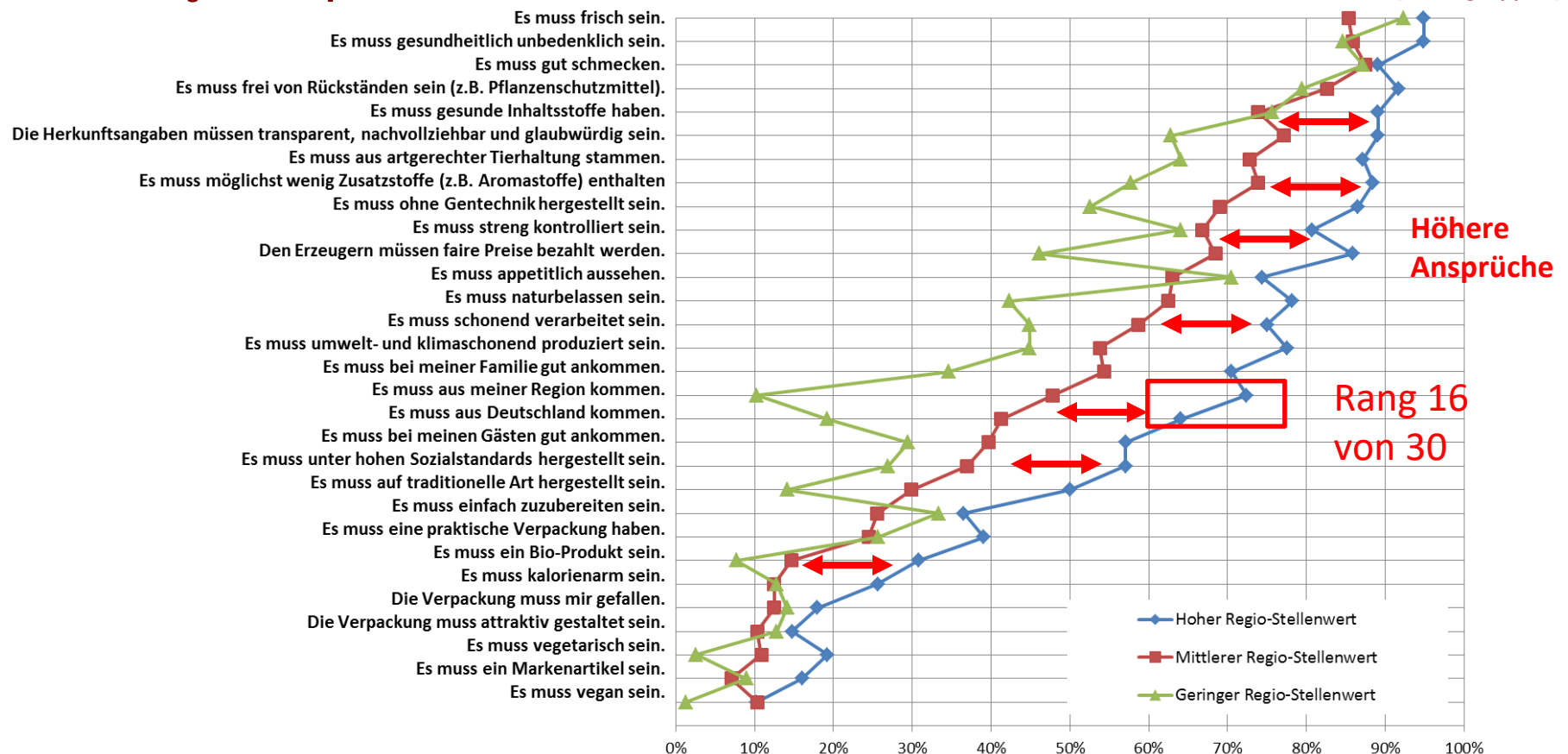


# Kauf regionaler Lebensmittel – Produktansprüche

**Frage:** Hier sehen Sie eine Liste mit möglichen Eigenschaften von Lebensmitteln. Welche davon muss ein Lebensmittel unbedingt erfüllen, damit es sich für Sie um ein qualitativ hochwertiges Lebensmittelprodukt handelt?

[Top-1-Box = muss unbedingt erfüllt sein]

[Untergruppen]



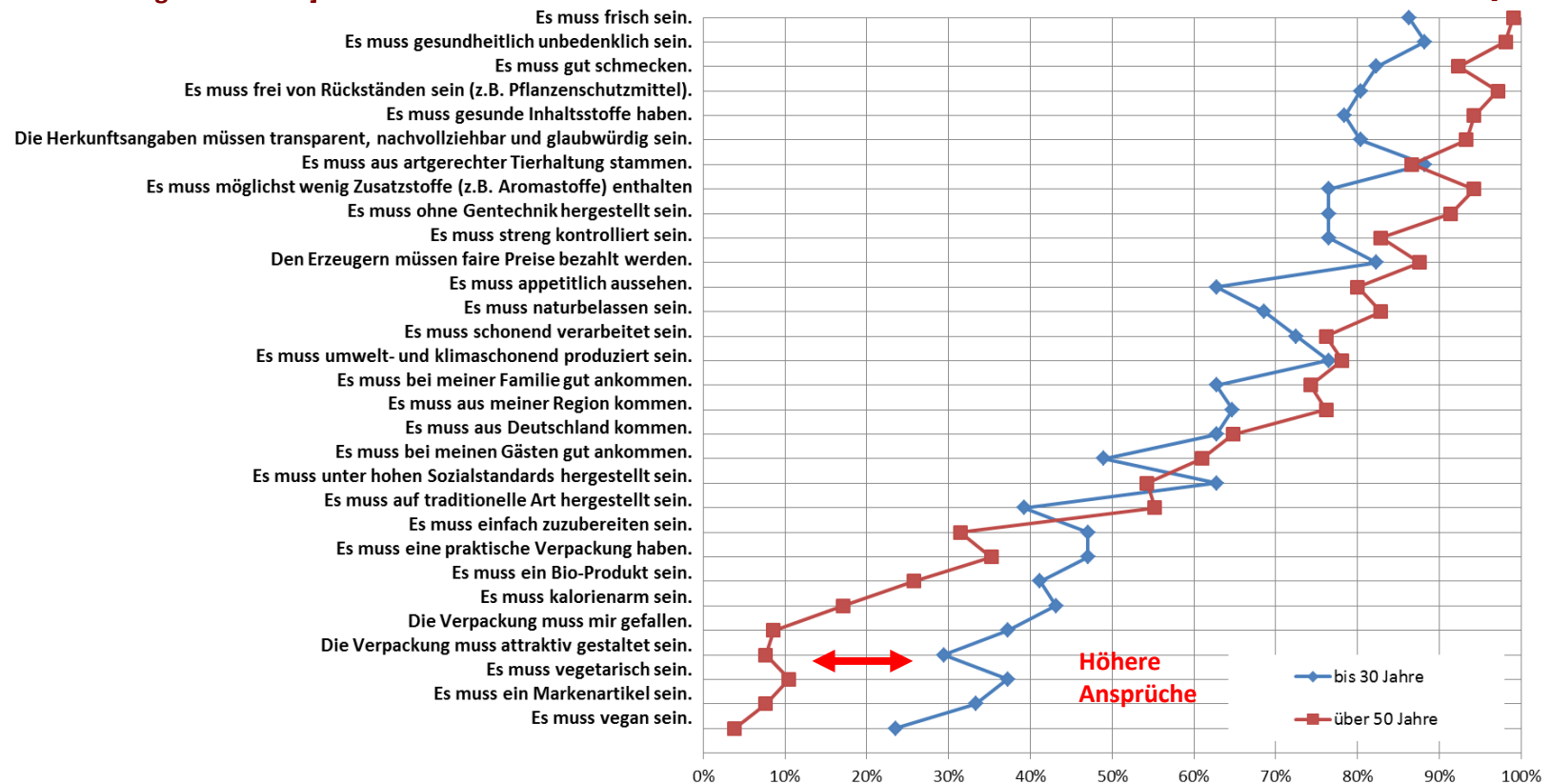
# Kauf regionaler Lebensmittel – Produktansprüche

[Zusatzauswertung Zielgruppe „Hoher Regio-Stellenwert“]

**Frage:** Hier sehen Sie eine Liste mit möglichen Eigenschaften von Lebensmitteln. Welche davon muss ein Lebensmittel unbedingt erfüllen, damit es sich für Sie um ein qualitativ hochwertiges Lebensmittelprodukt handelt?

[Top-1-Box = muss unbedingt erfüllt sein]

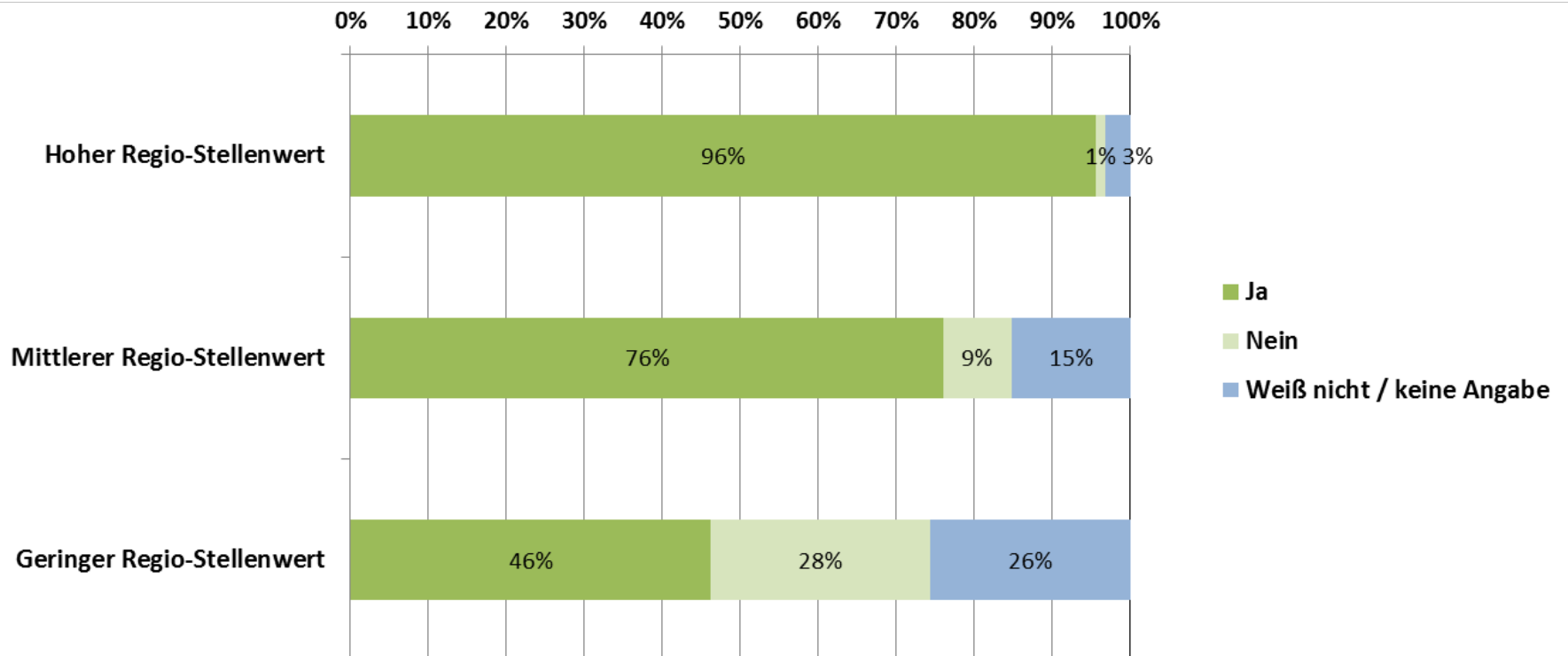
[Untergruppen]



# Kauf regionaler Lebensmittel - Kaufhäufigkeit

Frage: Haben sie im letzten Monat regionale Lebensmittel eingekauft?

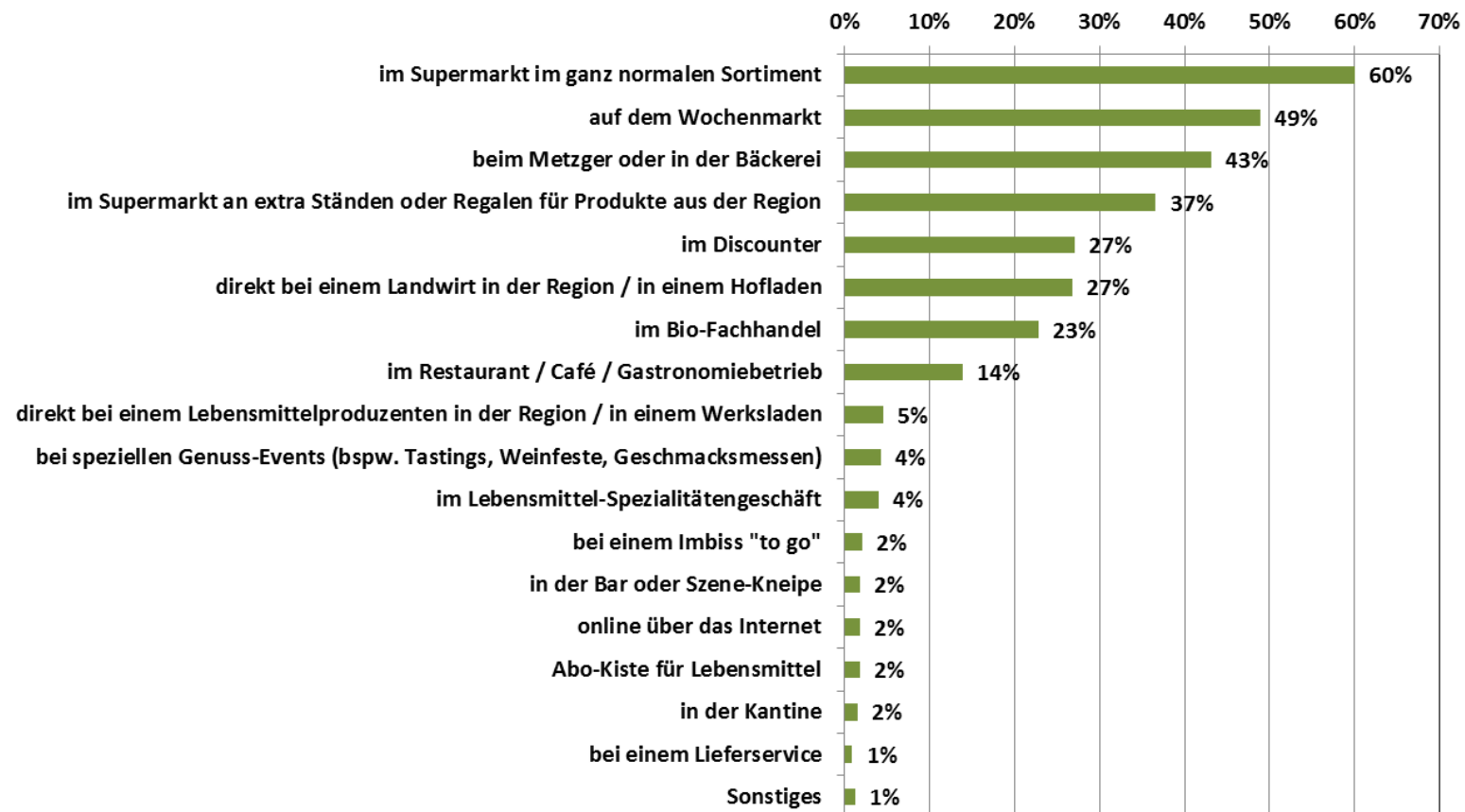
[Untergruppen]



# Kauf regionaler Lebensmittel – Kauf-Ort

**Frage:** Wenn Sie einmal an Ihren Kauf von regionalen Lebensmitteln im letzten Monat denken. Wo haben Sie diese regionalen Lebensmittel überall eingekauft?

[alle Befragten]

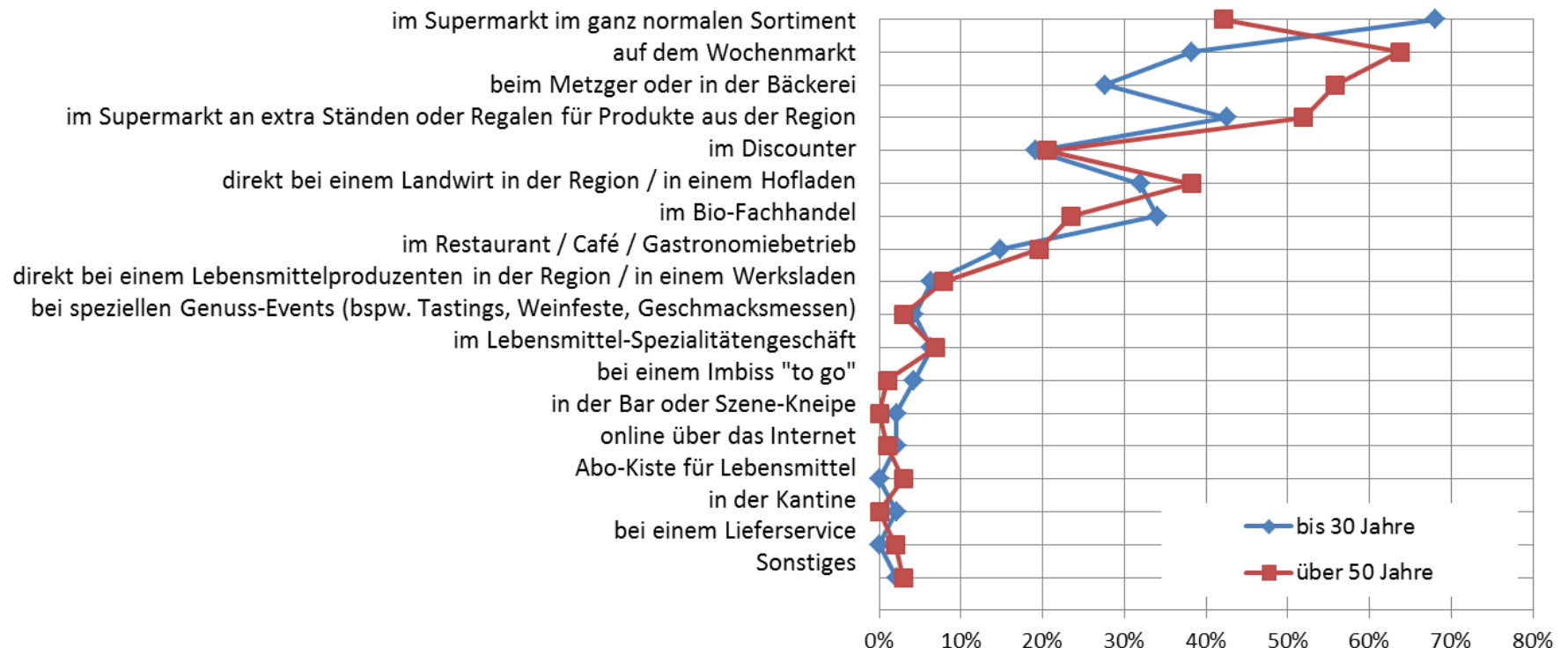


# Kauf regionaler Lebensmittel – Kauf-Ort

[Zusatzauswertung Zielgruppe „Hoher Regio-Stellenwert“]

**Frage:** Wenn Sie einmal an Ihren Kauf von regionalen Lebensmitteln im letzten Monat denken. Wo haben Sie diese regionalen Lebensmittel überall eingekauft?

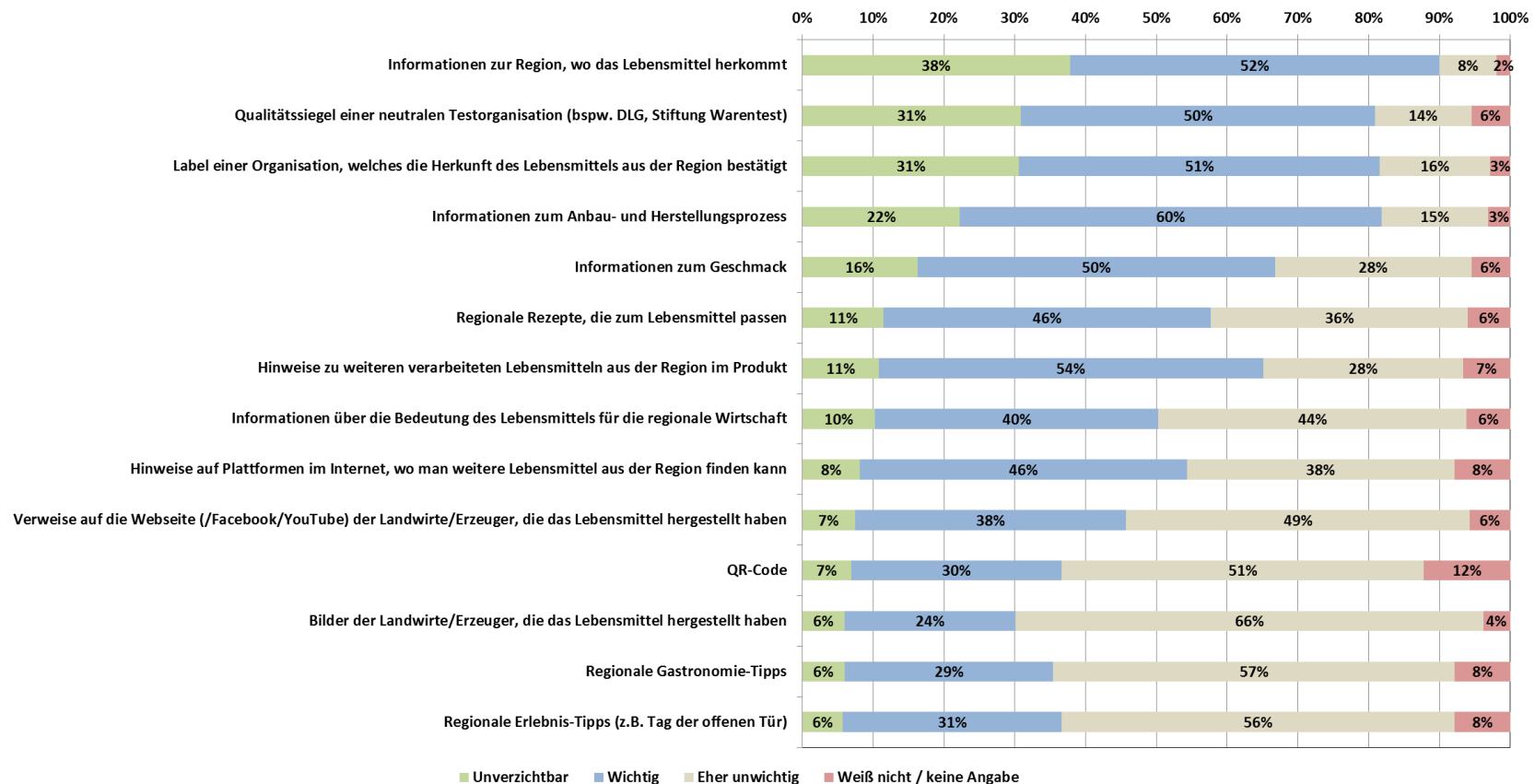
[Untergruppen]



# Kauf regionaler Lebensmittel – Verpackungsansprüche

**Frage:** Auf Verpackungen für regionale Lebensmittel können unterschiedliche Informationen abgebildet sein. Welche der folgenden Informationselemente halten Sie auf einer Verpackung eines regionalen Lebensmittels für unverzichtbar bzw. eher unwichtig?

[alle Befragten]

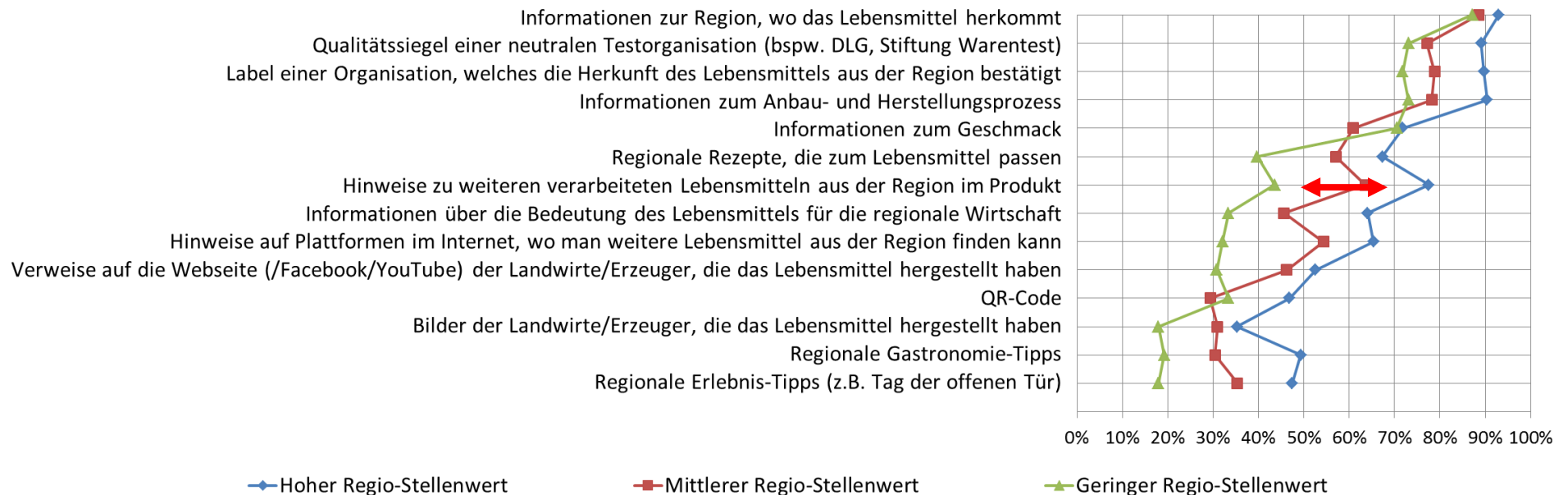


# Kauf regionaler Lebensmittel – Verpackungsansprüche

**Frage:** Auf Verpackungen für regionale Lebensmittel können unterschiedliche Informationen abgebildet sein. Welche der folgenden Informationselemente halten Sie auf einer Verpackung eines regionalen Lebensmittels für unverzichtbar bzw. eher unwichtig?

[Top-2-Box = unverzichtbar / wichtig]

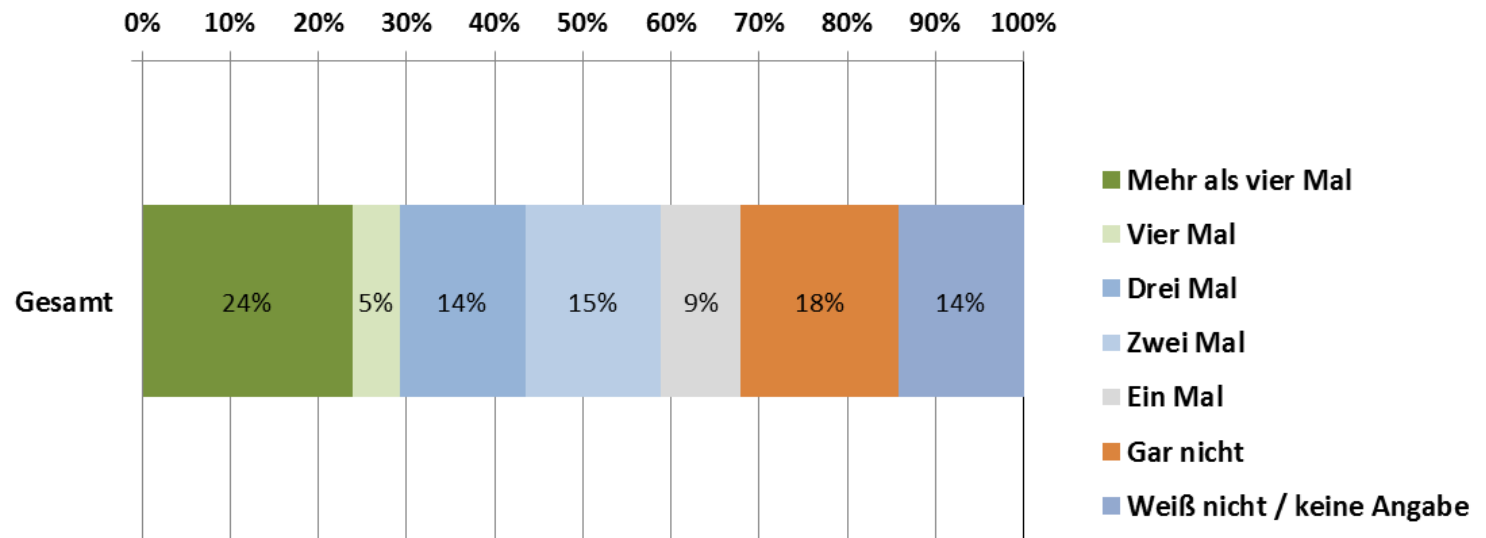
[Untergruppen]



# Herkunft regionaler Lebensmittel - Informationshäufigkeit

**Frage:** Wie häufig haben Sie sich bei Lebensmitteln, welche Sie im letzten Monat gekauft haben, über deren Herkunft oder die Herkunft der Inhaltsstoffe informiert?

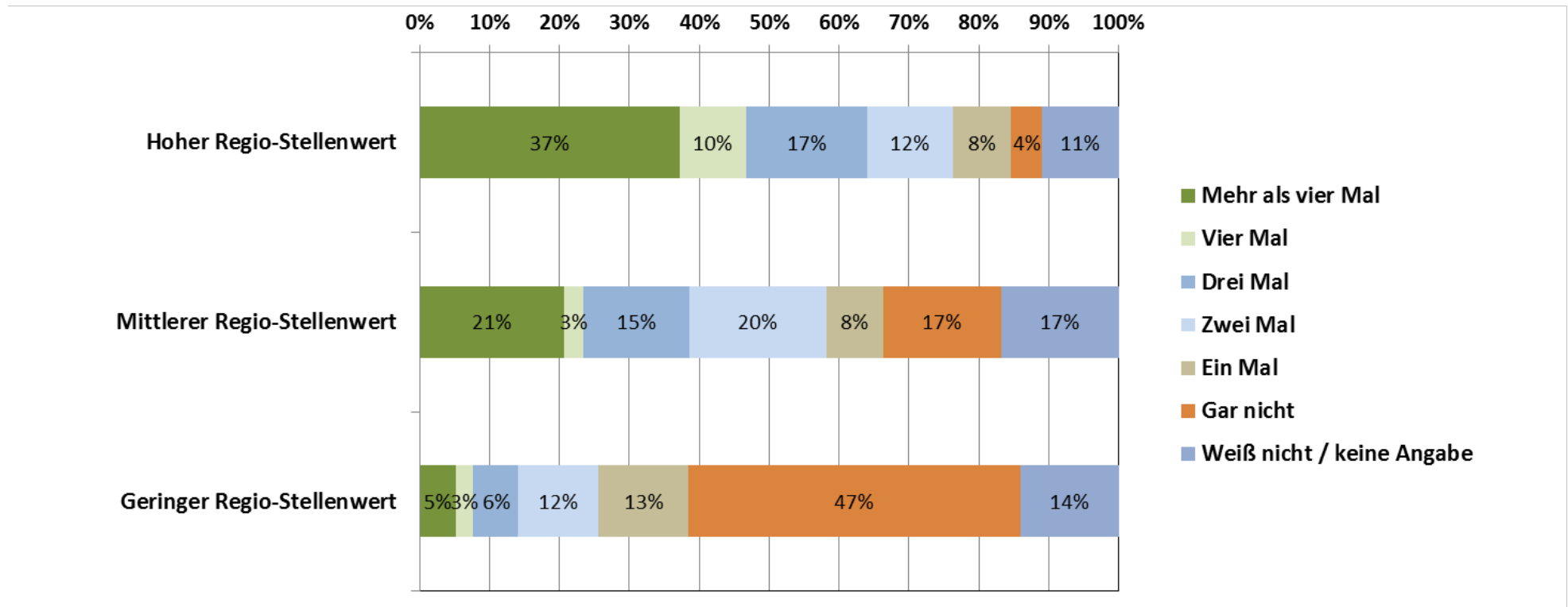
[alle Befragten]



# Herkunft regionaler Lebensmittel - Informationshäufigkeit

**Frage:** Wie häufig haben Sie sich bei Lebensmitteln, welche Sie im letzten Monat gekauft haben, über deren Herkunft oder die Herkunft der Inhaltsstoffe informiert?

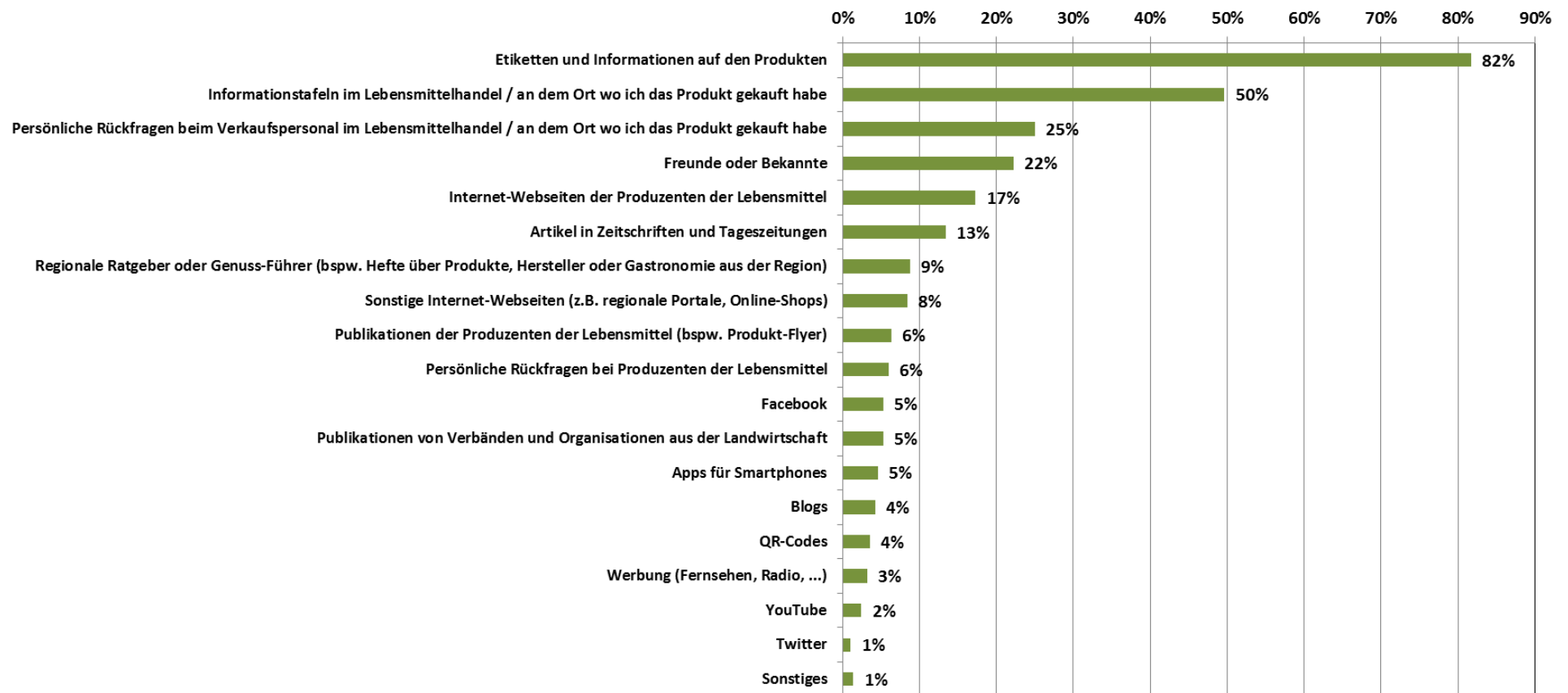
[Untergruppen]



# Herkunft regionaler Lebensmittel - Informationsquellen

**Frage:** Welche der folgenden Informationsquellen haben Sie genutzt, um sich im letzten Monat über die Herkunft eines Lebensmittels oder seiner Inhaltsstoffe zu informieren?

[alle Befragten]

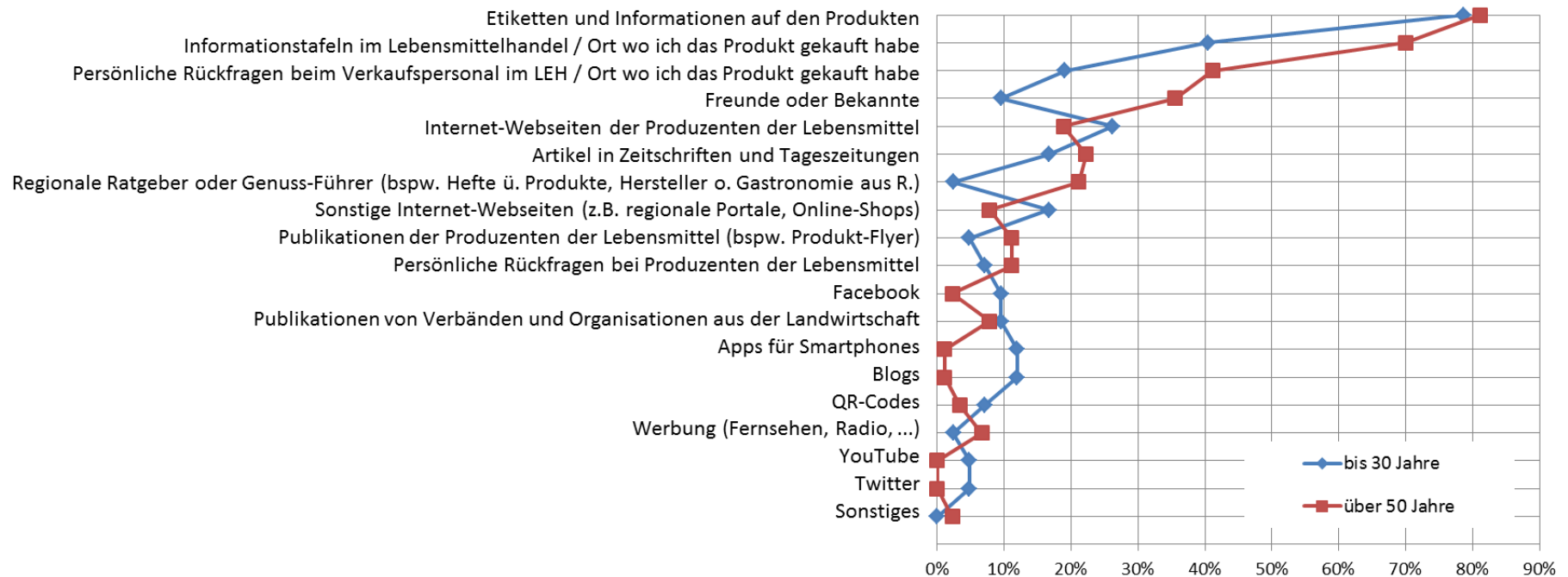


# Herkunft regionaler Lebensmittel - Informationsquellen

[Zusatzauswertung Zielgruppe „Hoher Regio-Stellenwert“]

**Frage:** Welche der folgenden Informationsquellen haben Sie genutzt, um sich im letzten Monat über die Herkunft eines Lebensmittels oder seiner Inhaltsstoffe zu informieren?

[Untergruppen]



# Attraktivität typischer Regionalität-Aktions-Vermarktungsangebote

Gezeigt wurden insgesamt 11 unterschiedliche Regionalität-Aktions-Vermarktungsangebote, zu denen je die Absicht einer Inanspruchnahme abgefragt wurden

---

## 1 Regionale Aktionswoche mit Verkostung im LEH

### Stellen Sie sich vor:

In Ihrem Supermarkt gibt es in einer Aktionswoche einen gesonderten Bereich, in dem Sie nur Lebensmittel kaufen können, die in der Region angebaut und hergestellt werden. Alle Lebensmittel stammen von kleinen Erzeugern, die Sie sonst in einem Supermarkt nicht finden würden.

Auf Tafeln erhalten Sie zu den Lebensmitteln Informationen über den Herstellungsprozess, den Erzeuger und Besonderheiten der Lebensmittel (z.B. alte Gemüsesorten, Bio-Qualität). An einem Stand werden Ihnen die Lebensmittel zur Verkostung über den ganzen Tag hinweg angeboten.

**Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diesen gesonderten Bereich mit den Lebensmitteln aus der Region ansteuern würden, um sich über die dort ausgestellten Produkte etwas genauer zu informieren?**

# Attraktivität typischer Regionalität-Aktions-Vermarktungsangebote

Gezeigt wurden insgesamt 11 unterschiedliche Regionalität-Aktions-Vermarktungsangebote, zu denen je die Absicht einer Inanspruchnahme abgefragt wurden

1	Regionale Aktionswoche mit Verkostung im LEH
---	--

2	Wochenmarkt-Führung durch regionale Vermarkter
---	--

3	Regionales Gericht in Kantine/Mensa
---	-------------------------------------

4	Genusswoche mit Spezialitäten aus der Region in Gastronomie (Restaurantbesuch/ Koch-Treffen)
---	--

5	Tag der offenen Tür im landwirtschaftlichen Betrieb
---	---

6	Regio-App
---	-----------

7	Lebensmittelladen mit regionalen Rezepten und Lebensmitteln
---	---

8	QR-Codes für regionale Lebensmittel
---	-------------------------------------

9	Schnippeldisko -Event
---	-----------------------

10	Abo-Kiste für regionale Lebensmittel
----	--------------------------------------

11	Eigenanbau regionaler Lebensmittel im landwirtschaftlichen Betrieb
----	--

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie [an der Aktion teilnehmen] würden?	
<input type="checkbox"/>	definitiv nicht
<input type="checkbox"/>	wahrscheinlich eher nicht
<input type="checkbox"/>	wahrscheinlich eher ja
<input type="checkbox"/>	definitiv ja
<input type="checkbox"/>	Weiß nicht / keine Angabe

Für die Bewertung der Aktionsformen 2, 3, 6 und 8 wurden zusätzlich Nutzungsinformationen des Grundangebotes abgefragt (bspw. bei einer App, ob überhaupt schon mal vom Befragten eine App für ein Smartphone oder Tablet heruntergeladen und installiert wurde), um die faktische Reichweite einer Aktion in den Befragtengruppen besser eingrenzen zu können.

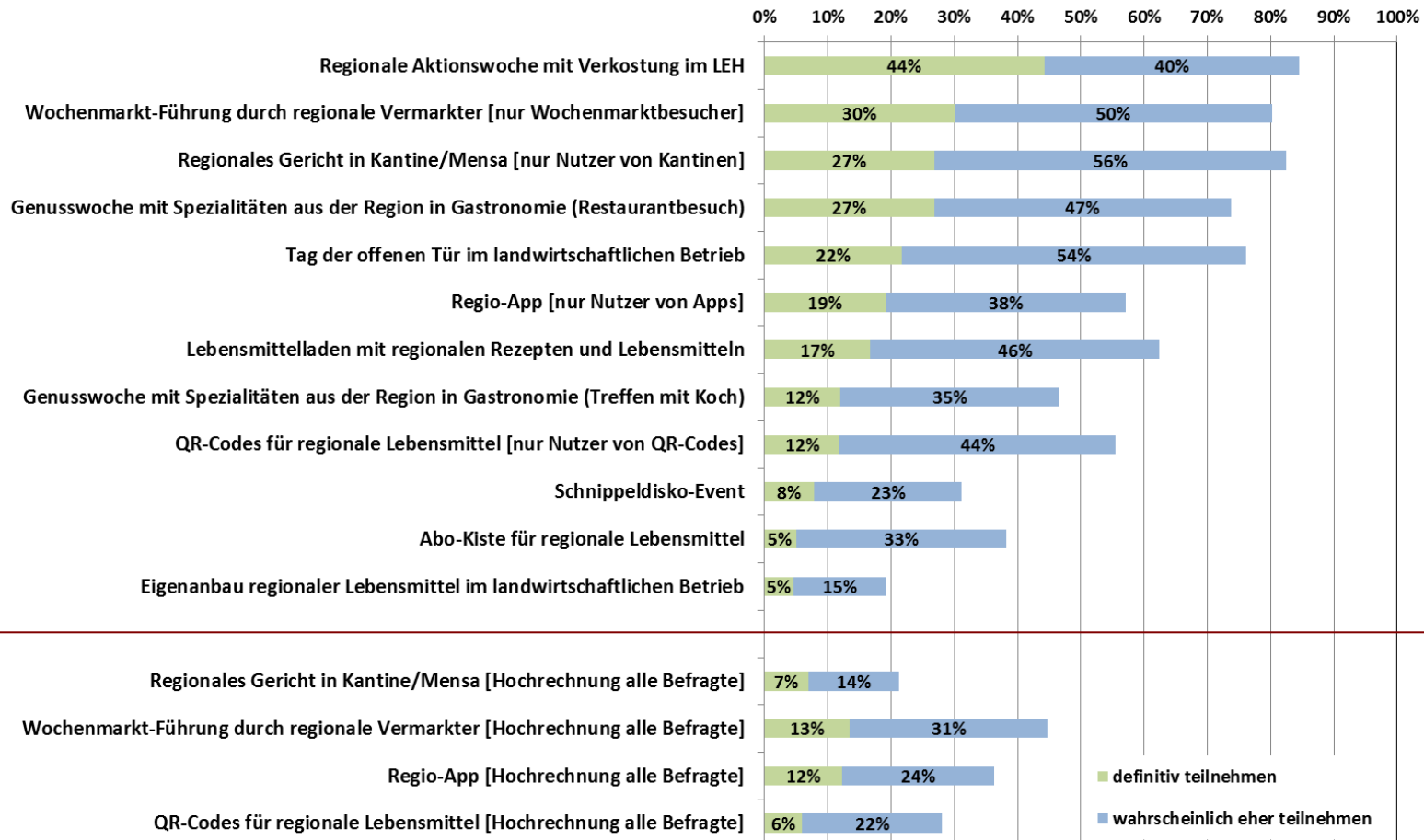
Diese Nutzungsinformationen finden sich nach den Auswertungen zu den Regionalität-Aktions-Vermarktungsangeboten.

# Attraktivität typischer Regionalität-Aktions-Vermarktungsangebote

## Absicht einer Inanspruchnahme der Regionalität-Aktions-Vermarktungsangebote

[eckige Klammern hinter Angeboten = Angabe, ob Bezugsgröße alle Befragten oder nur Nutzergruppe des Grundangebotes ist]

[alle Befragten]



# Ausblick

- Studie zeigt hohes Potenzial von RLM: Kernzielgruppe für RLM ca. 1/3 der Befragten
- Was die „Region“ ist wird sehr unterschiedlich interpretiert, oft enger Fokus
- Kern-ZG für RLM hat hohen Anspruch an „Regionalität“: Rohstoffe, Verarbeitung & Firmensitz in Region
- Regionalität ist nur EIN Kaufentscheidungskriterium bei LM unter vielen anderen
  - das Produkt selbst muss „passen“ und Kundenansprüche umfassend erfüllen
  - junge Zielgruppen legen auch Wert auf Design und Verpackung
  - Vermarktungsherausforderung: Das Regionalitäts-Nutzen-Argument muss auch zum Produkt und seiner USP passen
- Kernzielgruppe für RLM sind „Qualitätskäufer“, hohe Produktansprüche bei ALLEN LM-Merkmalen
- Hauptkaufort für RLM ist der Supermarkt; Kauf-Orte für RLM unterscheiden sich zwischen Kundengruppen, insb. zwischen alten und jungen Käuferschichten
- Kernzielgruppe für RLM legt Wert auf umfassende Informationen auf der Verpackung mit Regionalitäts-Bezug
- Die Haupt-Informationsquellen für die Herkunft von RLM ist das Etikett, gefolgt von Infos im Handel und dem Internet