



# Dialego

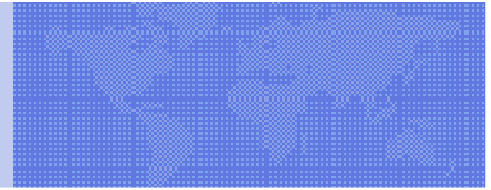
Market Research Online | For Better Decisions

## Regionale Produkte

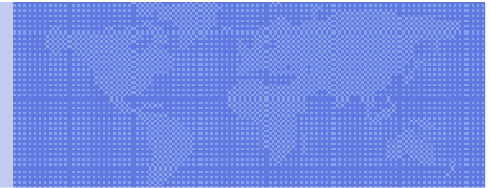
Eine Befragung der Dialego AG

November 2008

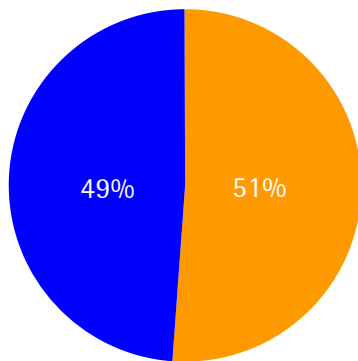
- **Projektdokumentation**
- **Hauptbefragung**
  - Einkauf regionaler Produkte
  - Gründe für regionale Produkte
  - Kaufstätten
  - Angebot regionaler Produkte
- **Zusammenfassung**
- **Kontakt**



- **Hintergrund der Studie:**
  - Ziel der Studie war es, herauszufinden, in welchem Umfang die Verbraucher regionale Produkte einkaufen, welche Gründe sie dafür haben und wie zufrieden sie mit dem Umfang des Angebots an regionalen Produkten sind.
  
- **Vorgehensweise:**
  - Online Befragung in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews
  - Die Befragungsteilnehmer wurden aus dem Dialego Access Panel unter Berücksichtigung der Merkmale Alter und Geschlecht selektiert
  - Die Einladung der Teilnehmer erfolgte über personalisierte E-Mails inkl. Hyperlink zum Fragebogen
  - Die Stichprobe wurde quotiert nach den Variablen Alter und Geschlecht gemäß der Verteilung in der deutschen Bevölkerung (Mikrozensus)
  
- **Erhebungszeitraum:**
  - Feldstart: 03.11.2008
  - Feldende: 10.11.2008

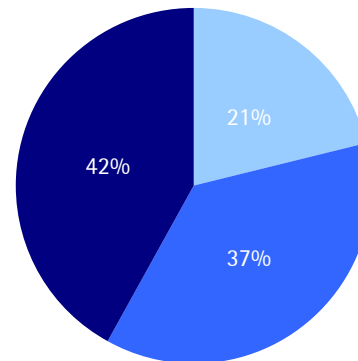


## Geschlecht



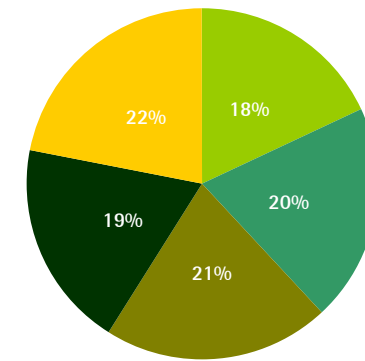
- Männer
- Frauen

## Alter



- 14-29 Jahre
- 30-49 Jahre
- 50 Jahre und älter

## Einkommen

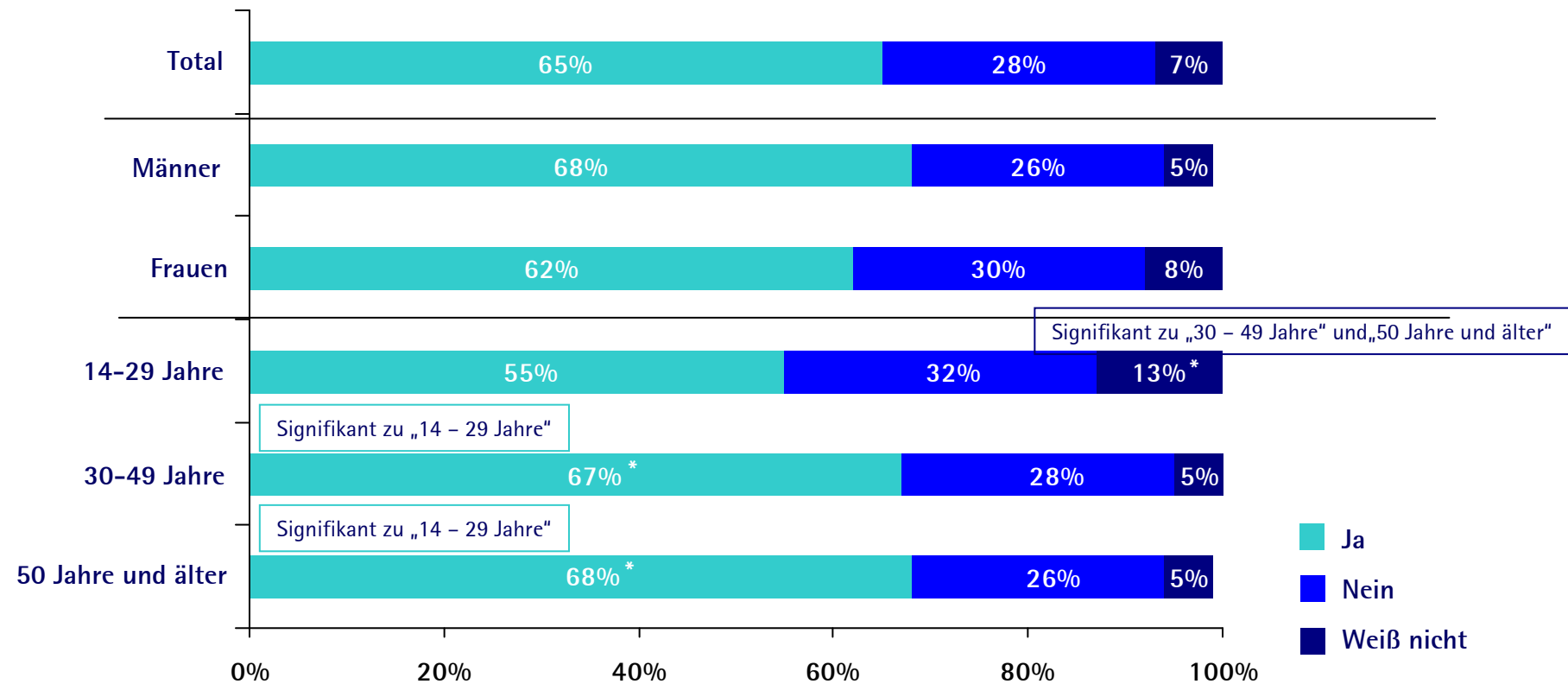


- Weniger als 1.250 €
- 1.250 - 2.000 €
- 2.001 - 3.000 €
- Mehr als 3.000 €
- Keine Angabe

Basis: n = 1.000 Befragte

# Einkauf regionaler Produkte

Kaufen sie bewusst regionale Produkte ein, die in der Region, in der Sie leben, angebaut oder hergestellt werden?



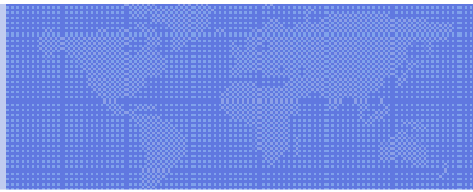
Basis: n = 1.000 Verbraucher

Mehr als die Hälfte der Verbraucher kauft bewusst regionale Produkte ein.

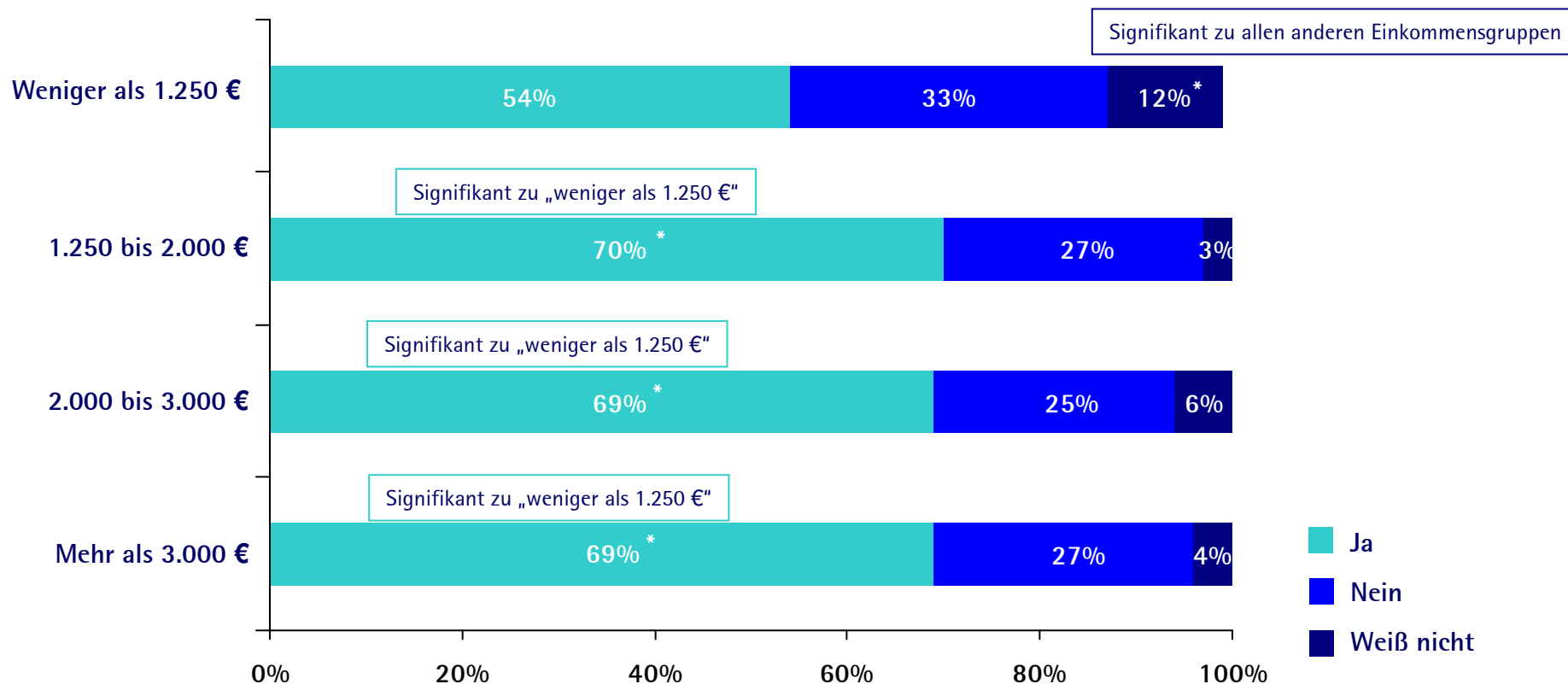
\* Ein Stern bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

# Einkauf regionaler Produkte

## Aufbruch nach Einkommen



Kaufen sie bewusst regionale Produkte ein, die in der Region, in der Sie leben, angebaut oder hergestellt werden?

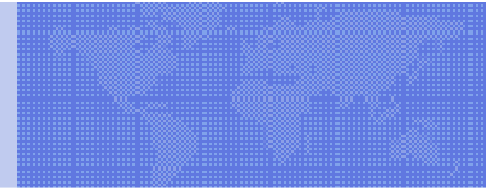


Basis: n = 727 Verbraucher, die Angaben zu ihrem Einkommen gemacht haben

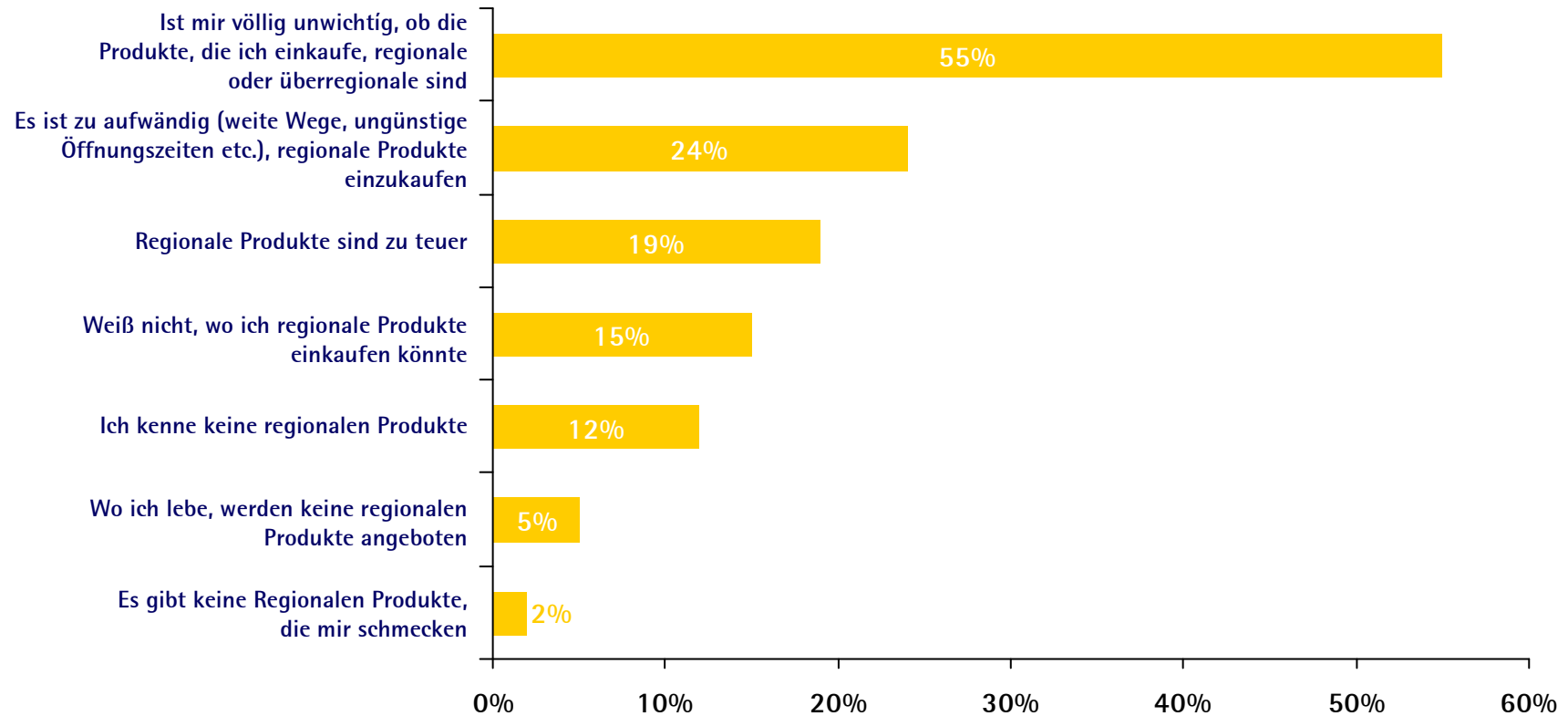
Innerhalb der niedrigsten Einkommensgruppe gibt es weniger Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen.

\* Ein Stern bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

# Kein Einkauf regionaler Produkte



## Warum kaufen Sie keine regionalen Produkte?



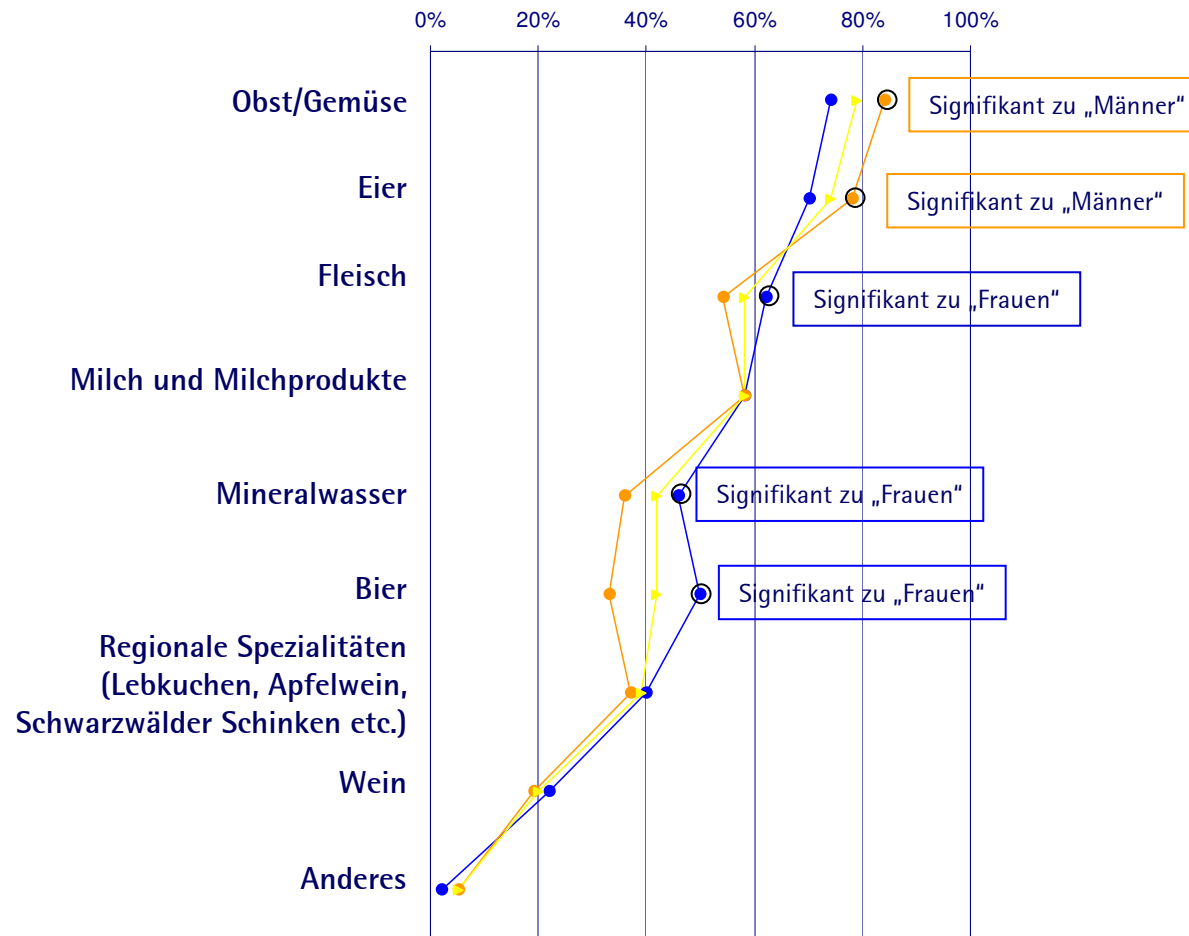
Basis: n = 283 Verbraucher, die keine regionalen Produkte kaufen; mehrere Antworten möglich

Der Hälfte der Verbraucher, die keine regionalen Produkte kaufen, sind regionale Produkte unwichtig. Immerhin ein Fünftel glaubt, regionale Produkte seien in jedem Fall teurer. Für ein Viertel sind es die langen Wege, die den Einkauf regionaler Produkte verhindern.

# Einkauf bestimmter regionaler Produkte

## Aufbruch nach Geschlecht

Welche regionalen Produkte kaufen Sie ein?



Obst/Gemüse, Eier und Fleisch sind die Top drei bei regionalen Produkten. Bei Obst/Gemüse und Eiern kaufen Frauen deutlich mehr regional als Männer. Männer kaufen Fleisch eher regional als Frauen.

- Total
- Männer
- Frauen

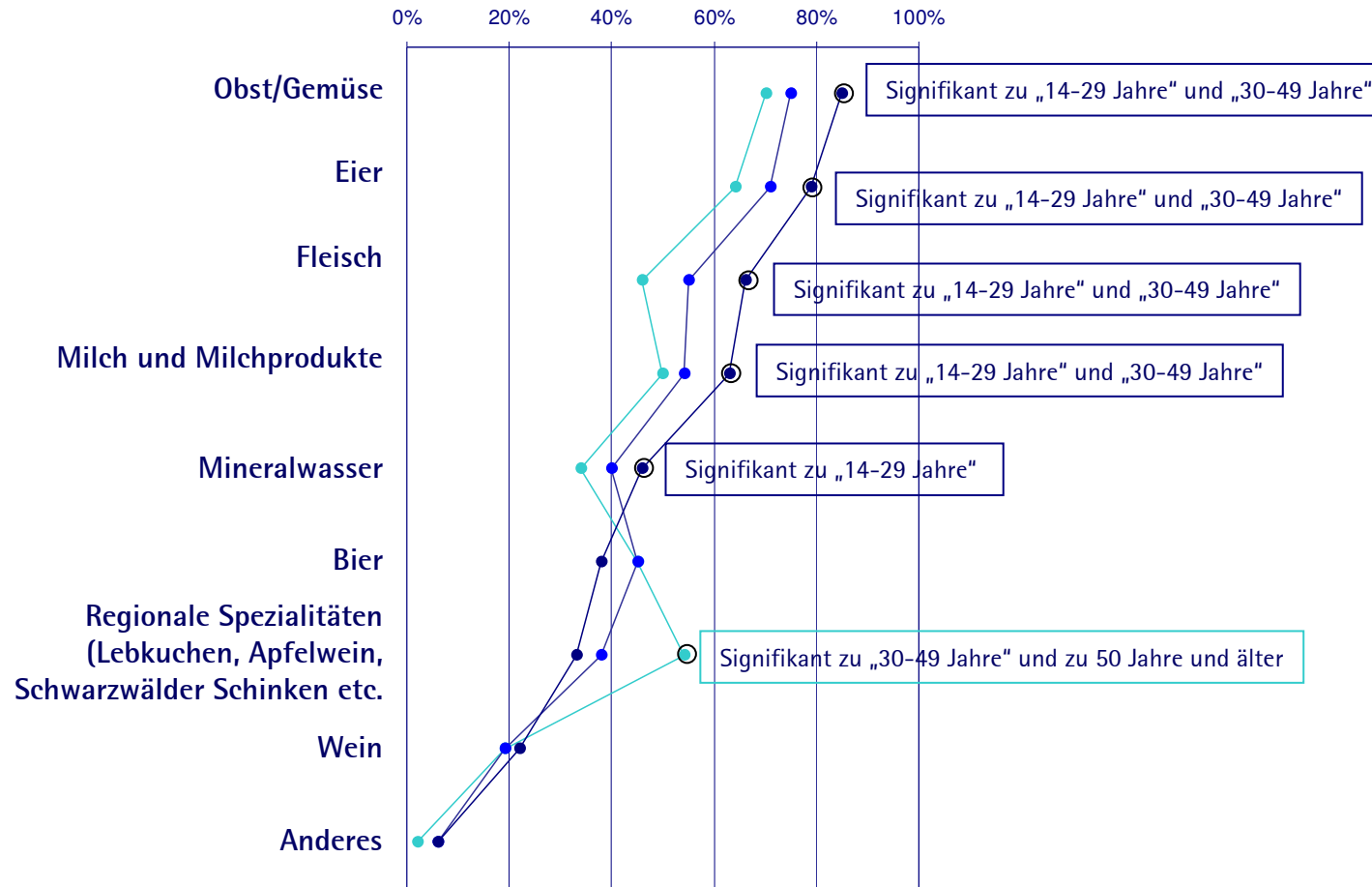
○ Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

Basis: n = 650 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen; mehrere Antworten möglich

# Einkauf bestimmter regionaler Produkte

## Aufbruch nach Alter

Welche regionalen Produkte kaufen Sie ein?



Je älter die Verbraucher sind, desto eher kaufen sie regionale Produkte. Wenn es aber um regionale Spezialitäten geht, sind die 14-29 Jährigen die kaufstärkste Gruppe.

- 14-29 Jahre
- 30-49 Jahre
- 50 Jahre und älter

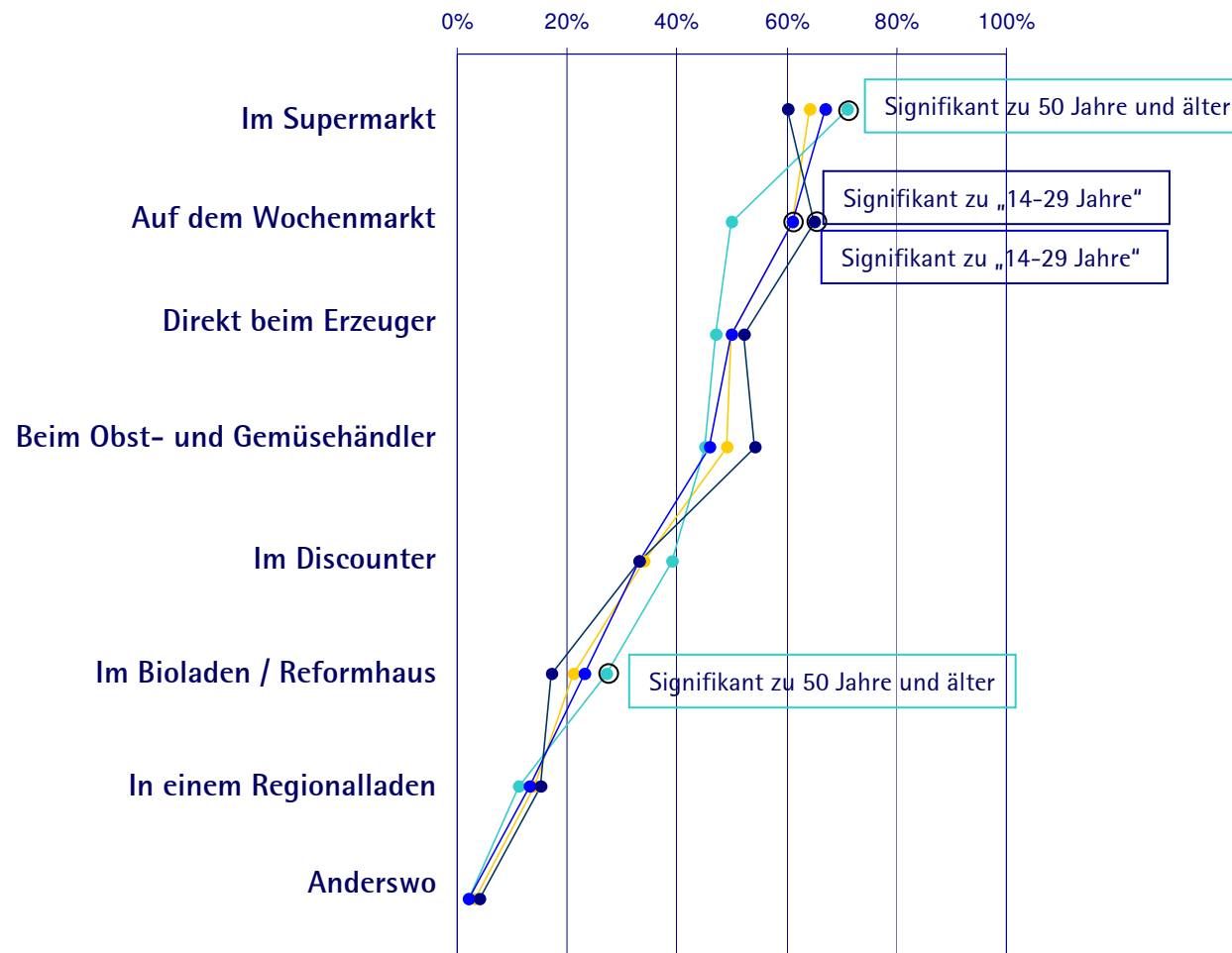
○ Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

Basis: n = 650 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen; mehrere Antworten möglich

# Kaufstätten

## Aufbruch nach Alter

### Wo kaufen Sie regionale Produkte ein?



Als Kaufstätte für regionale Produkte liegt der Supermarkt nur knapp vor dem Wochenmarkt. Die Erzeuger nehmen mit Platz 3 einen hohen Rang ein, bedenkt man, dass sie meist eher abseits der normalen Einkaufsrouten liegen.

- Total
- 14-29 Jahre
- 30-49 Jahre
- 50 Jahre und älter

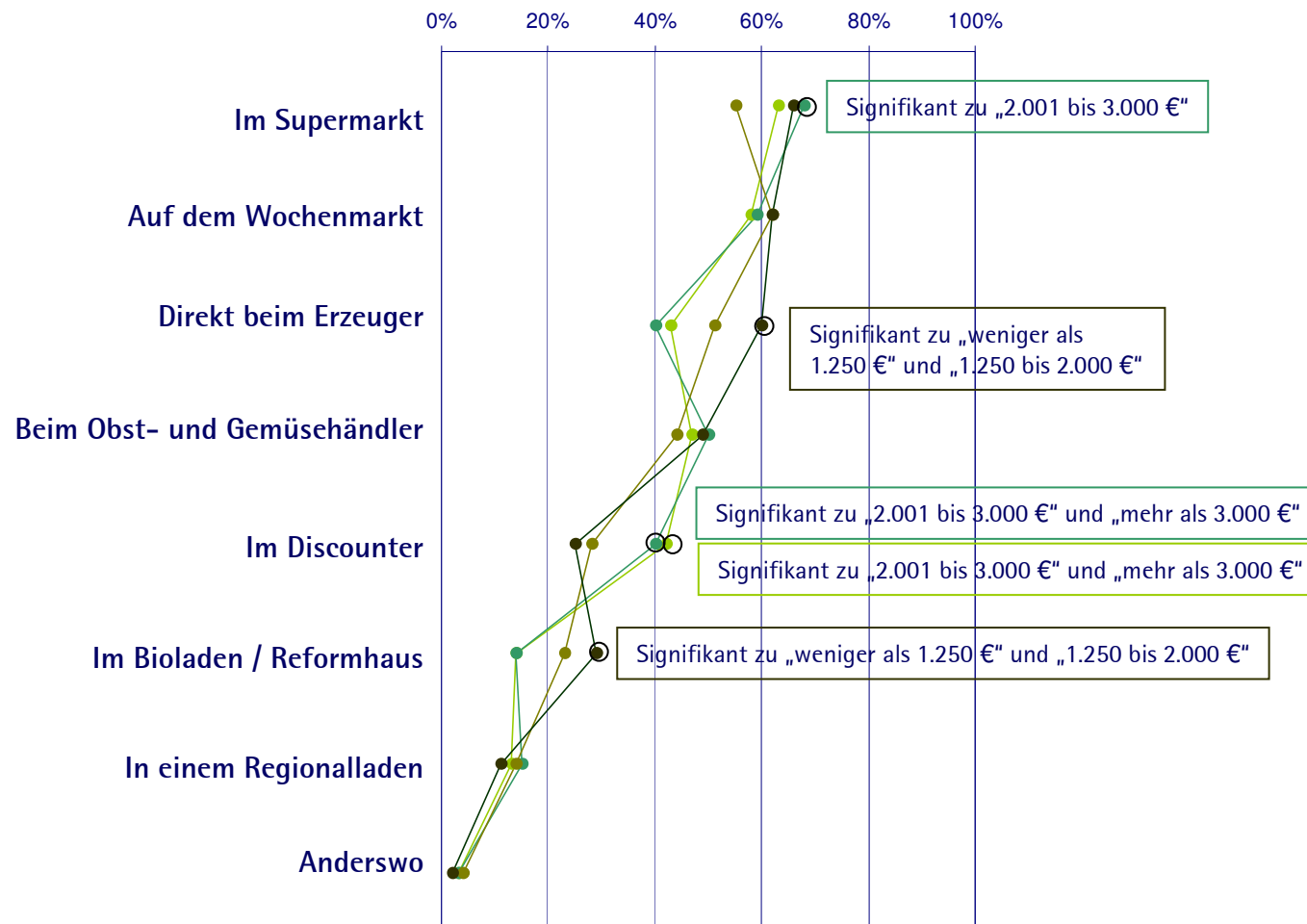
○ Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

Basis: n = 650 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen; mehrere Antworten möglich

# Kaufstätten

## Aufbruch nach Einkommen

### Wo kaufen Sie regionale Produkte ein?

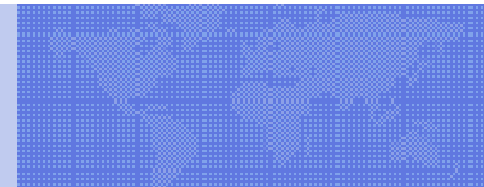


Insbesondere Verbraucher mit hohem Einkommen kaufen gerne beim Erzeuger. Im Discounter kaufen eher Verbraucher mit niedrigem Einkommen regionale Produkte ein.

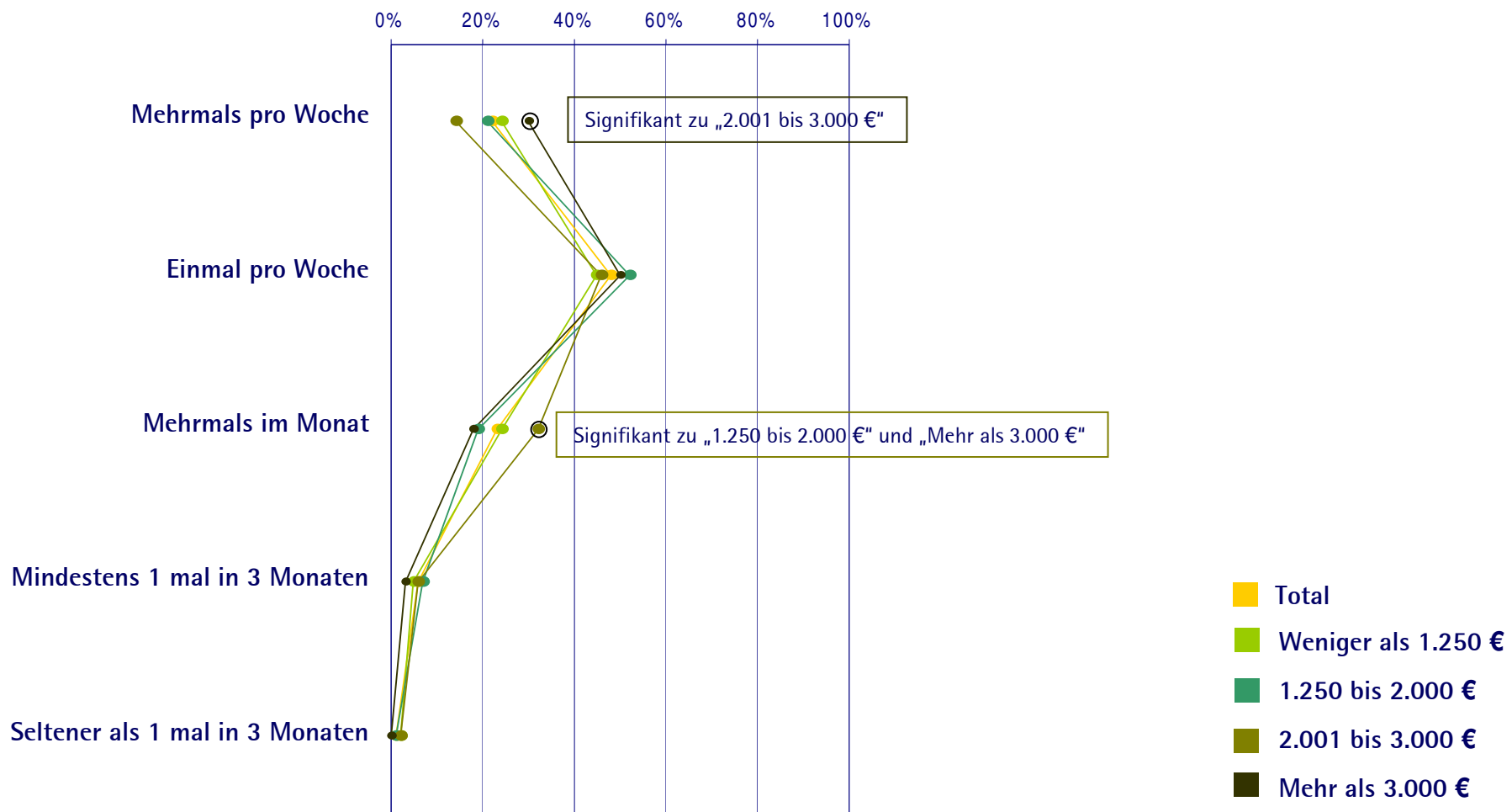
- Weniger als 1.250 €
- 1.250 bis 2.000 €
- 2.001 bis 3.000 €
- Mehr als 3.000 €

○ Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 Prozentigem Niveau signifikant ist.

Basis: n = 478 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen und Angaben zu ihrem Einkommen gemacht haben; mehrere Antworten möglich



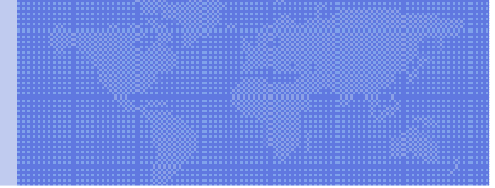
### Wie oft kaufen Sie regionale Produkte ein?



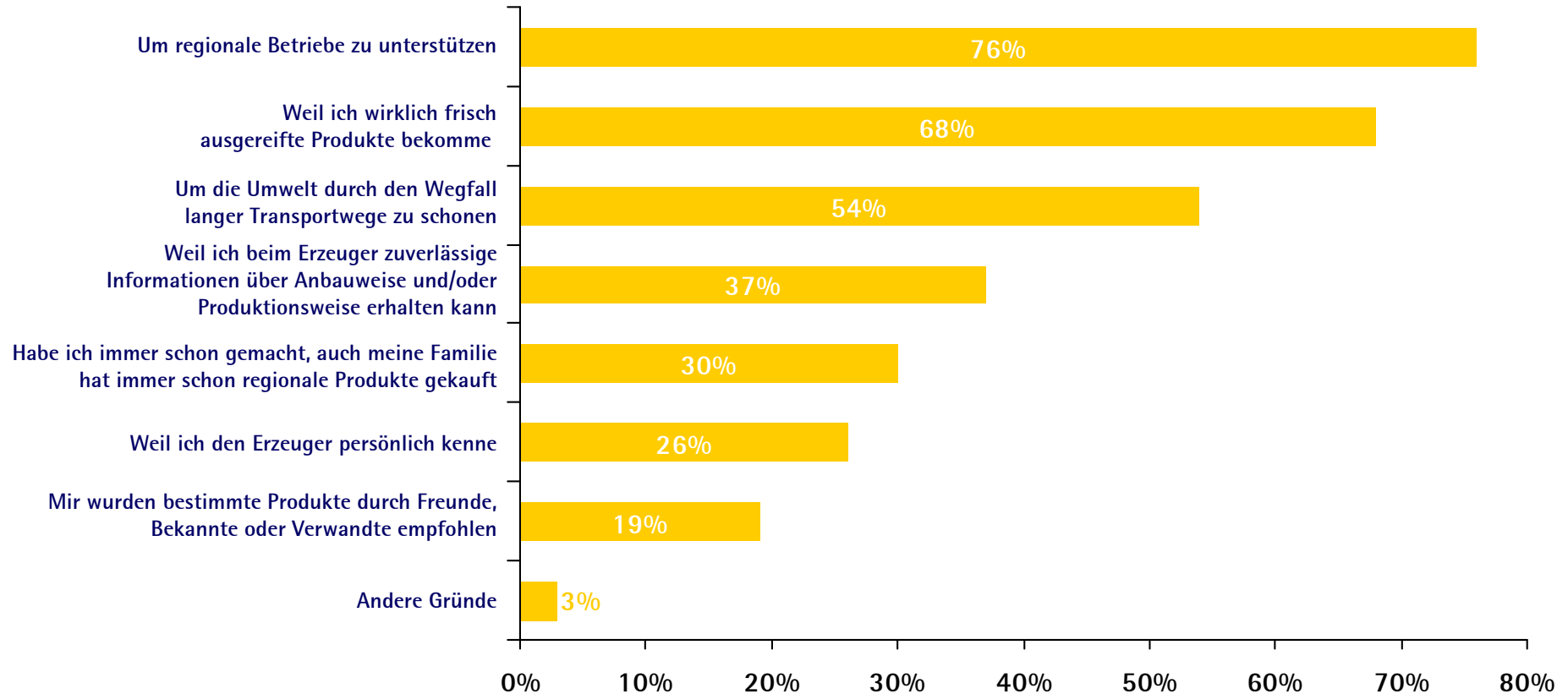
Basis: n = 478 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen und Angaben zu ihrem Einkommen gemacht haben

Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

# Gründe für Regionale Produkte



## Warum kaufen Sie regionale Produkte?

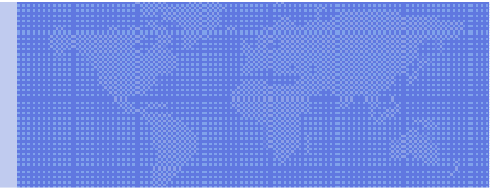


Basis: n = 650 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen; mehrere Antworten möglich

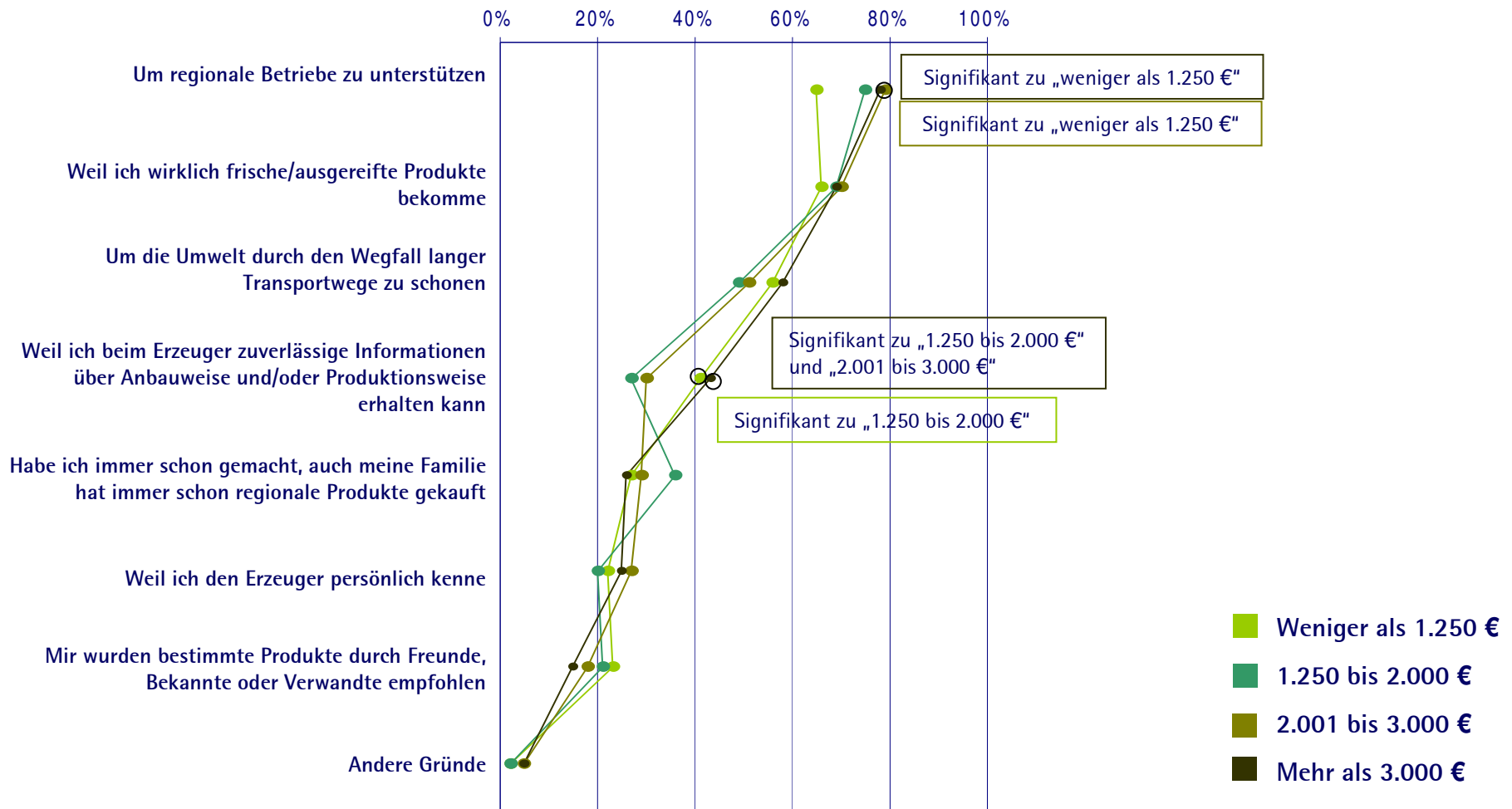
**Unterstützung regionaler Betriebe und Umweltschutz stehen ganz vorne bei den Gründen für den Einkauf regionaler Produkte.**

# Gründe für Regionale Produkte

## Aufbruch nach Einkommen



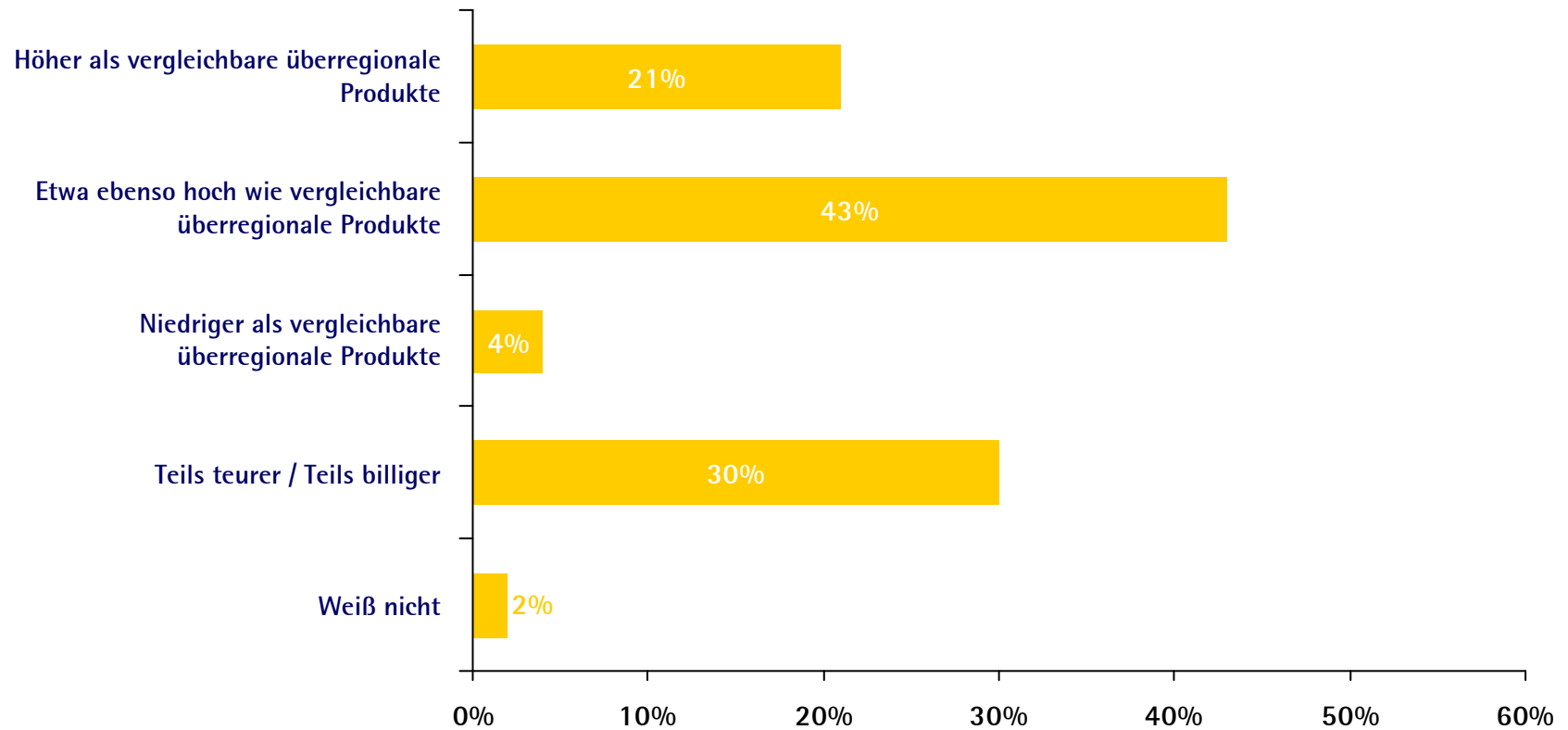
### Warum kaufen Sie regionale Produkte?



Basis: n = 478 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen und Angaben zu ihrem Einkommen gemacht haben; mehrere Antworten möglich

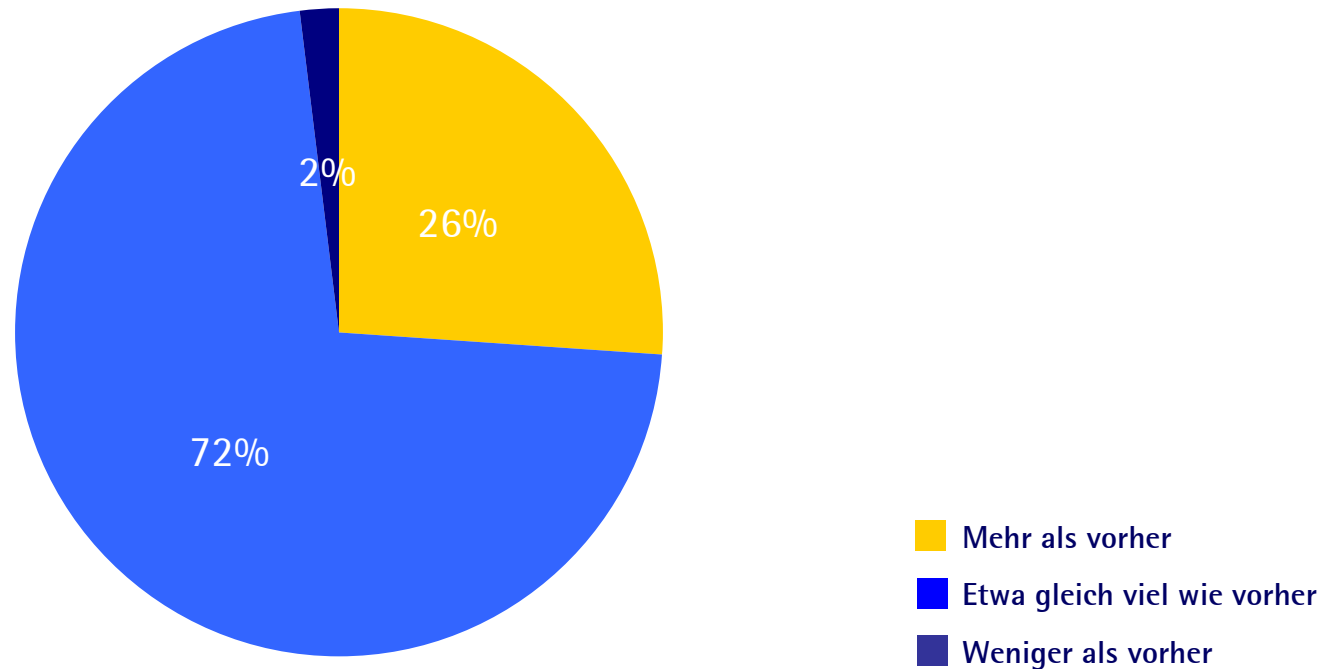
○ Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

## Wie schätzen Sie die Preise von regionalen Produkten gegenüber vergleichbaren überregionalen Produkten ein?



Basis: n = 650 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen

In welchem Umfang haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate regionale Produkte eingekauft?

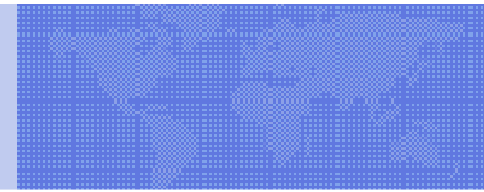


Basis: n = 650 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen

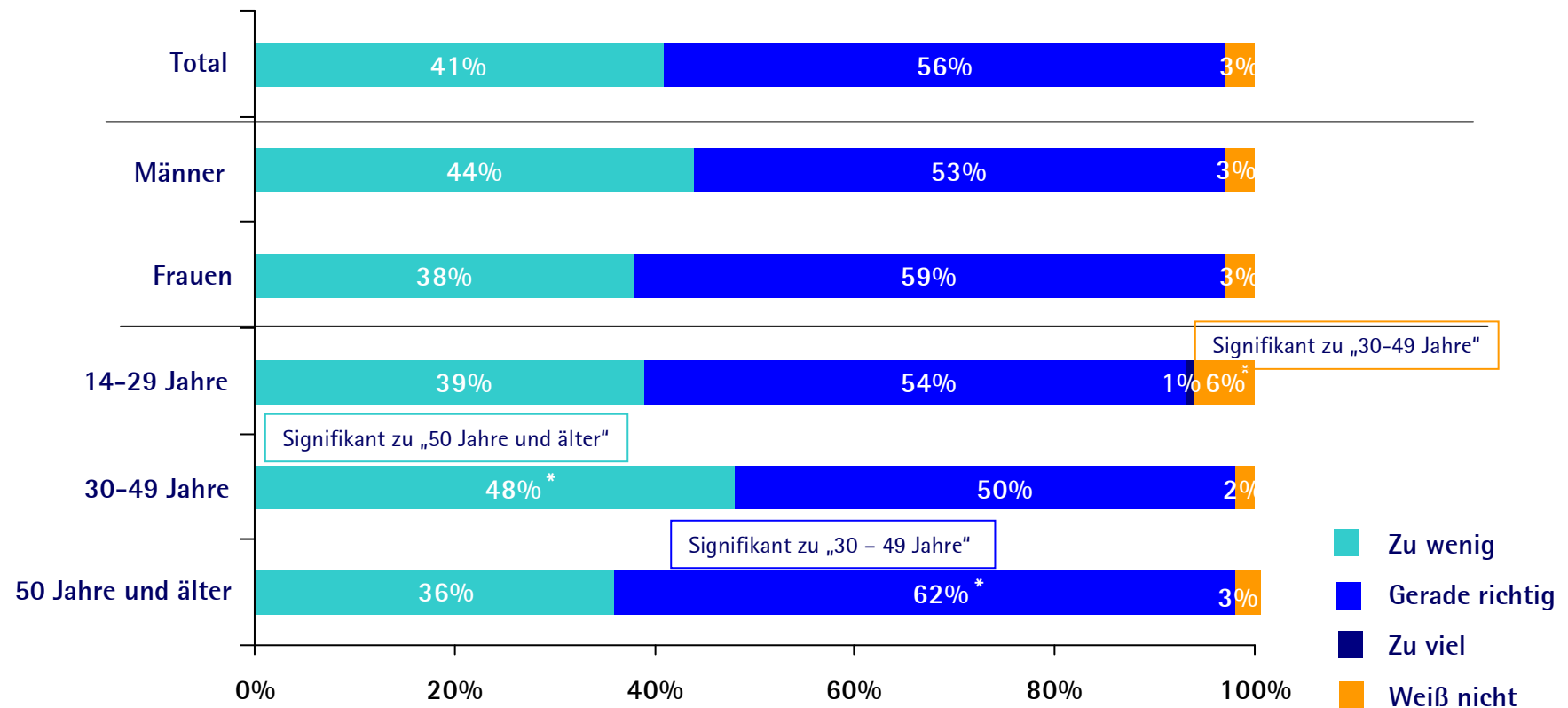
Bei den Verbrauchern, die regionale Produkte kaufen, ist die Tendenz steigend. Ein Viertel von ihnen hat innerhalb der letzten 12 Monaten mehr regional eingekauft als davor. Der Anteil derer, die weniger als vor einem Jahr kauften ist verschwindend gering.

# Angebot

## Aufbruch nach Alter und Geschlecht



Wie würden Sie den Umfang des Angebots an regionalen Produkten in Ihrer Region beschreiben?



Basis: n = 650 Verbraucher, die regionale Produkte einkaufen

**Immerhin mehr als die Hälfte der Verbraucher ist zufrieden mit dem Umfang des Angebots an regionalen Produkten.**

\* Ein Stern bedeutet, dass der Wert auf 95 Prozentigem Niveau signifikant ist.

## Regionale Produkte

Parallel zum flächendeckenden Öko-Boom entsteht derzeit ein wachsender Markt für regionale Produkte. Nachhaltigkeit scheint mehr als nur ein Modewort zu sein und öffnet offensichtlich die Augen der Verbraucher für die Vorzüge heimischer Lebensmittel. Doch wie werden diese in einzelnen Aspekten vom Verbraucher auf dem hart umkämpften Lebensmittelmarkt wahrgenommen?

Heimische Erzeugnisse haben ihren festen Platz in deutschen Einkaufskörben. Zwei Drittel der Deutschen (65 Prozent) sagen ja zu Lebensmitteln aus regionaler Herstellung und greifen beim Einkaufen bewusst danach. Vor allem die älteren Bundesbürger über 50 legen Wert darauf. Allerdings kauft nach wie vor knapp ein Drittel (28 Prozent) keine regionalen Waren – zumindest nicht bewusst. Mehr als der Hälfte von ihnen (55 Prozent) ist es völlig gleichgültig, ob die Produkte, die sie kaufen, aus regionaler oder überregionaler Produktion stammen. Einem weiteren Viertel (24 Prozent) ist der Aufwand zu hoch, regionale Produkte zu beschaffen und 19 Prozent empfinden regionale Waren als zu teuer.

Doch wer regionale Waren kauft, hat dafür meist triftige Gründe. So wollen drei Viertel (76 Prozent) der Verbraucher, die aus der Region kaufen, damit Betriebe in der Nähe unterstützen, ein weiteres Kaufargument ist für 68 Prozent die Frische dieser Waren. Außerdem zeigt sich mehr als die Hälfte der Verbraucher, die regional kaufen (54 Prozent), sehr umweltbewusst: Sie kaufen, um lange Transportwege zu vermeiden. Die Bereitschaft, regionale Produkte zu kaufen, ist beim Verbraucher eindeutig vorhanden. Auch Supermarktketten und Discounter könnten versuchen bei Verbrauchern in Sachen Nachhaltigkeit zusätzlich zu punkten, indem sie ihre Sortimente noch deutlicher um diese Produkte erweitern und dies auch gezielt kommunizieren.

Der Blick in die Einkaufskörbe zeigt, dass in erster Linie Obst und Gemüse (79 Prozent), Eier (74 Prozent) sowie Fleisch und Milchprodukte regional (jeweils 58 Prozent) gekauft werden. Die beliebtesten Einkaufsstätten dafür sind Super- (64 Prozent) und Wochenmarkt (61 Prozent); immerhin 50 Prozent nehmen sogar Umwege in Kauf und decken ihren Bedarf direkt beim Erzeuger.

Produkte aus der Region wandern bei knapp der Hälfte derer, die regional kaufen (48 Prozent), mindestens einmal wöchentlich in den Einkaufswagen, bei 22 Prozent sogar mehrfach. Die hohe Kauffrequenz ist ein Trend mit Zukunft, in den letzten 12 Monaten haben 26 Prozent dieser Verbraucher häufiger als vorher auf Qualität aus der Umgebung gesetzt. Möglicherweise entsteht hier gerade ein neues Marktsegment so wie wir es vor einigen Jahren bei Bio-Produkten erlebt haben. ....

# Zusammenfassung

Beim Blick auf das Verhältnis zwischen Einkommen und Kaufhäufigkeit erweist sich, dass sowohl einkommensstarke wie einkommensschwächere Verbraucher regelmäßig regionale Waren kaufen. Bemerkenswerterweise kaufen sowohl die Verbraucher mit einem Einkommen von über 3.000 Euro (30 Prozent) als auch die einkommensschwächste Gruppe mit weniger als 1.250 Euro (24 Prozent) mehrmals pro Woche regionale Ware. Die Gruppe mit einem Einkommen zwischen 2.000 und 3.000 Euro bildet die größte Gruppe (32 Prozent) derer, die mehrmals im Monat regionale Ware kaufen.

Es handelt sich derzeit um ein wachsendes Segment. Es bleibt spannend, wie sich regionale Ware im Rahmen der nächsten Umfrage schlagen wird.

## Sprechen Sie mit uns:

Angelika Tings, Public Relations & HR

### **Dialego AG** Market Research Online

Friedrichstr. 69-71

52070 Aachen, Germany

+49/241/97828-0 TEL

+49/241/97828-118 FAX

[www.dialego.de](http://www.dialego.de)

[info@dialego.de](mailto:info@dialego.de)

Dialego AG ist Mitglied bei:



As an ESOMAR member, I comply with the ICC/ESOMAR International Code of Marketing and Social Research Practice

