Consors Finanz

Regionale Produkte sind im Kommen

Mittwoch, 24.07.2019

Regionale Produkte finden bei den europäischen Konsumenten immer größeren Zuspruch. Nach den Ergebnissen des Konsumbarometers 2019 von Consors Finanz bringt eine große Mehrheit heimischen Erzeugnissen großes Vertrauen entgegen, egal ob sie in der Region (93 Prozent) oder im Land (94 Prozent) hergestellt wurden (Deutschland: 95 und 94 Prozent).

Alleine ein europäischer Ursprung ruft bei 75% der Befragten positive Assoziationen hervor. Zum Vergleich: Bei US-amerikanischen Produkten sagen das 61%, bei chinesischen Produkten lediglich 26%.

An regionalen Produkten schätzen 84% der europäischen und sogar 89% der deutschen Verbraucher die Qualität. Hinzu kommt eine ganz bestimmte Wertehaltung, die sie mit heimischen Erzeugnissen verbinden. So ist der Konsum regionaler Erzeugnisse für 63% der europäischen und 66% der deutschen Befragten gut für die Umwelt. Noch bedeutsamer sind den Konsumenten die sozioökonomischen Effekte. 77% sehen positive Auswirkungen auf die regionale Wirtschaft, 70% auf den heimischen Arbeitsmarkt (Deutschland: 80% sowie 64%). Diese Ansicht spiegelt sich auch in den Motiven wider, die die Konsumenten tatsächlich zu regionalen Produkten greifen

lassen. 49% bevorzugen regionale Erzeugnisse, weil sie damit die lokale Wirtschaft unterstützen, und 43% wollen die Arbeitsplätze sichern. Für 35% spielt die Qualität der Produkte eine Rolle, und 25% handeln aus ökologischen Motiven. In Deutschland ist das Argument Arbeitsplatzsicherung mit 33% etwas weniger ausgeprägt, dafür spielen die Effekte für die heimischen Unternehmen (52%) und der Umweltgedanke eine größere Rolle (35%).

Verbraucher wünschen sich stärkere Förderung

„Auffällig ist, dass trotz der hohen Wertschätzung der Anteil der Verbraucher, die regelmäßig regionale Produkte kaufen, noch relativ gering ist“, erkennt Gerd Hornbergs, CEO von Consors Finanz. So bevorzugen etwa in Deutschland nur 40% der Befragten beim Kauf im Allgemeinen Produkte aus dem eigenen Land und nur 29% aus der Region. Wenn sie heimische Produkte erwerben, dann vor allem Lebensmittel (89%), Hygiene- und Pflegeprodukte (70%) und Autos (56%).

Aktuell ist es in erster Linie der höhere Preis, der die Konsumenten vom tatsächlichen Kauf abhält. In Deutschland ist das bei 52% der Befragten der Fall, im europäischen Durchschnitt sagen das 47%. Die Diskrepanz zwischen Wertschätzung und Umsetzung stört die Konsumenten aber offenbar selbst. So finden es 64% der deutschen Verbraucher (56% der europäischen) wichtig, dass es mehr Unterstützung und Förderung heimischer Produkte gibt. „Hier sind alle Akteure am Markt gefragt“, betont Hornbergs. „Händler müssen sich Gedanken um sinnvolle Vertriebskonzepte machen und wir Verbraucher um unsere Kaufmotive. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund des Klimawandels wird es immer entscheidender, bewusst zu konsumieren und die eigenen Entscheidungsgründe möglicherweise anders zu gewichten.“

Regionale Produkte sind im Kommen

Links

- [Consors Finanz](#)