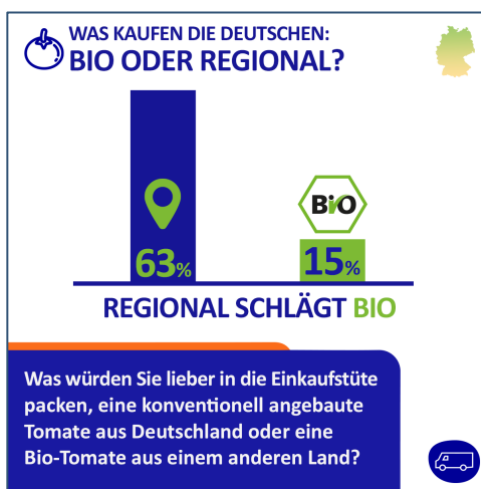


Food Trend

Regional oder bio? Die Tomate im Einkaufstest

FRANKFURT — 20. Mai 2021. Die Tomate – rund, rot und lecker, aber lieber bio oder lieber regional? Diese Frage stellt sich regelmäßig in der Gemüseabteilung im Supermarkt. Der „Rabobank Food Navigator“ zeigt: Die Mehrheit der Deutschen gibt der regionalen Tomate aus konventionellem Anbau den Vorzug.



Alter und Familienstand sind kaufentscheidend

Die über 65-Jährigen greifen mit **67 Prozent** (gerundeter Wert) am häufigsten zur regionalen Tomate, dagegen bilden die 18- bis 29-Jährigen hier mit **54 Prozent** die kleinste Gruppe. Für besonders viele Jüngere (**23 Prozent**) spielen die Transportwege keine relevante Rolle bei der Kaufentscheidung. Bewusst zu Bio-Tomaten greifen hier jedoch lediglich **12 Prozent**. Bei der Gruppe der 40- bis 49-Jährigen sind die Bio-Liebhaber mit 19 Prozent am häufigsten vertreten.

Auffällig auch: Bei Haushalten mit Kindern landen eher Bio-Tomaten (**19 Prozent**) im Einkaufswagen als bei Haushalten ohne Kinder (**14 Prozent**).

Abbildung: 63 Prozent der Deutschen entscheiden sich im Supermarkt für die regionale, konventionell angebaute Tomate, nur 15 Prozent kaufen auf jeden Fall oder eher bio, für 19 Prozent spielt die Frage bio oder regional beim Kauf keine Rolle (Rabobank Food Navigator, Stand 10.05.2021)

So kaufen die Bundesländer

Städter entscheiden sich im Vergleich zu Bewohnern ländlicher Gegenden deutlich häufiger für die Bio-Variante (**26 Prozent**), während bei der regionalen Tomate die ländlichen Gebiete mit **65 Prozent** dominieren. Aufgeteilt nach Bundesländern, greifen die Menschen in Thüringen (**72 Prozent**) am ehesten zum regionalen, konventionell angebauten Produkt und am wenigsten in Nordrhein-Westfalen (**59 Prozent**). Bei den Bio-Tomaten liegt dagegen Hamburg mit **21 Prozent** an der Spitze, während Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen mit je **10 Prozent** das Schlusslicht bilden. **21 Prozent** der Hessen machen beim Kauf am ehesten keine Unterscheidung.

Dass Regionalität und Nachhaltigkeit für die Deutschen klar zusammengehören, zeigen die folgenden aktuellen Ergebnisse des „Rabobank Food Navigators“ (alle Angaben gerundet):



Rabobank

- **74 Prozent** legen generell Wert darauf, dass ihre Lebensmittel aus der Region stammen
- **42 Prozent** der Befragten sprechen sich dafür aus, mehr lokale Produkte zu fördern
- **57 Prozent** halten Bio-Lebensmittel für den wichtigsten Food-Trend der Zukunft

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit **Civey**, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfragen zu den vier Fokusthemen **Verantwortungsvolle Produktion, Effiziente und effektive Lieferketten, Bewusster Konsum** und **Banking for Food** sind repräsentativ und werden online durchgeführt. Dafür wurden seit dem 11. März 2021 schon mehr als 14.400 TeilnehmerInnen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 5.000 Personen.

Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an rabobank@fischerappelt.de senden. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe „Civey/Rabobank“ frei zur Veröffentlichung.

Banking for Food

Die genossenschaftliche Rabobank investiert gemäß ihrem Leitgedanken „Banking for Food“ in zukunftsweisende Projekte, die Lösungen für die globale Herausforderung der Ernährungssicherheit bieten. Zu den tragenden Säulen dieser Aktivitäten gehört neben dem Zugang zu Wissen und einem internationalen Netzwerk die Unterstützung mit finanziellen Mitteln. Jährlich fließen seitens der Rabobank dafür weltweit mehr als 65 Milliarden Euro in Unternehmen im Agrar- und Lebensmittelsektor.

Der Rabobank Food Navigator

Der Rabobank Food Navigator gewährt tiefe Einblicke in das Bewusstsein der Deutschen zum Thema Lebensmittel. Damit liefert die Rabobank gemäß ihrem Leitbild „Growing a better world together“ neue Impulse im Umgang mit Ressourcen und zu Fragen der Agrarwirtschaft sowie der Lebensmittelproduktion und -sicherheit. Die Daten werden regelmäßig von Civey erhoben, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland.

Pressekontakt

Rabobank Presseservice
Laura Maria Kämz
fischerAppelt, relations GmbH
rabobank@fischerappelt.de

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de