Bitkom e.V. |

Mit Smartphone im Supermarkt: Mehr Menschen informieren sich digital direkt beim Lebensmitteleinkauf

- **Mehr Menschen verfolgen Produktion und Lieferketten mit digitalen Technologien**
- **4 von 10 Personen wollen künftig per Webcam in Tierställe schauen**

Berlin, 12. August 2021 - Inhaltsstoffe, Herkunft und Herstellung: Das Informationsbedürfnis von Verbraucherinnen und Verbrauchern beim Lebensmittelkauf wird immer größer. Welche Inhaltsstoffe wirklich in Produkten stecken, spielt für 73 Prozent bei der Kaufentscheidung im Supermarkt eine wichtige Rolle. Für die Hälfte (48 Prozent) der Kundinnen und Kunden ist Transparenz bei Herkunft und Herstellung ein relevantes Kriterium, bevor ein Produkt im Einkaufswagen landet. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung unter 1.007 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

An der Spitze des Rankings steht eine möglichst gesunde Ernährung – sie ist 9 von 10 Personen (92 Prozent) bei der Kaufentscheidung wichtig. Auch Informationen rund um Tierwohl (85 Prozent), Nachhaltigkeit (83 Prozent) und eine regionale Herstellung (83 Prozent) liegen einer deutlichen Mehrheit der Befragten am Herzen.

Um das wachsende Informationsbedürfnis zu stillen, spielen digitale Technologien eine zusehends größere Rolle. „Die Menschen wollen informiert durch die Regale gehen und bewusst ihre Produkte auswählen. Das Smartphone als ständiger Begleiter kann einen einfachen und schnellen Zugang zu Informationen verschaffen“, erklärt Andreas Schweikert, Bereichsleiter für Landwirtschaft beim Bitkom. Bereits jede vierte Person (24 Prozent) nutzt Barcode-Scanner auf Mobilgeräten, um sich Details zur Produktion oder Herkunft ihrer Produkte direkt im Supermarkt anzeigen zu lassen. Im Jahr 2019 machte erst jede fünfte Person (20 Prozent) von dieser Möglichkeit Gebrauch. Zudem informieren sich 22 Prozent (2019: 19 Prozent) mittels QR-Code über ihre Einkäufe.

Künftig dürfte der Anteil der Informationssuchenden weiter steigen, legt die Bitkom-Befragung nahe: 4 von 10 Personen (41 Prozent) können sich die Nutzung eines Barcode-Scanners, 35 Prozent eines QR-Codes vorstellen. Doch digitale Technologien können noch deutlich mehr Transparenz ermöglichen: Webcams gewähren etwa einen direkten Einblick in die Lebensmittelproduktion. Bereits 5 Prozent werfen so einen Blick in Deutschlands Tierställe; vor zwei Jahren tat das weniger als ein Prozent. Bei Anbau und Produktion von Obst und Gemüse schauen 3 Prozent zu. Das Interesse wächst rasant: 41 Prozent können sich vorstellen, künftig per Webcam in den Tierstall zu schauen; im Jahr 2019 gaben das erst 32 Prozent an.

Bitkom-Experte Schweikert führt das auf das deutlich gewachsene Interesse am Tierwohl zurück: „Verbraucherinnen und Verbraucher fordern zunehmend Einblicke in die Haltungs- und Produktionsbedingungen. Digitale Technologien ermöglichen, den Weg bis in die Supermarktregale zu verfolgen. Davon sollten mehr Akteure entlang der Wertschöpfungskette Gebrauch machen.“ Beide Seiten würden gleichermaßen davon profitieren: „Landwirtinnen und Landwirte sowie Unternehmen, die auf Qualität und eine faire Produktion setzen, können ihren Absatz steigern, Verbraucherinnen und Verbraucher eine bewusstere Kaufentscheidung treffen.“

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Im Juni und Juli 2021 wurden dabei 1.007 Personen in Deutschland ab 16 Jahren telefonisch befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Fragestellungen lauteten: „Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte beim Einkauf von Lebensmitteln?“ und „Welche der folgenden Angebote haben Sie bereits genutzt, bzw. würden Sie gern nutzen?

Kontakt

Andreas Streim
Pressesprecher
Telefon: +49 30 27576-112
E-Mail: a.streim@bitkom.org
Download Pressefoto

Dr. Marlene Kionka
Referentin Manufacturing & Digital Farming
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Mit-Smartphone-im-Supermarkt-Mehr-Menschen-informieren-sich-digital-direkt-beim-Lebensmitteleinkauf***