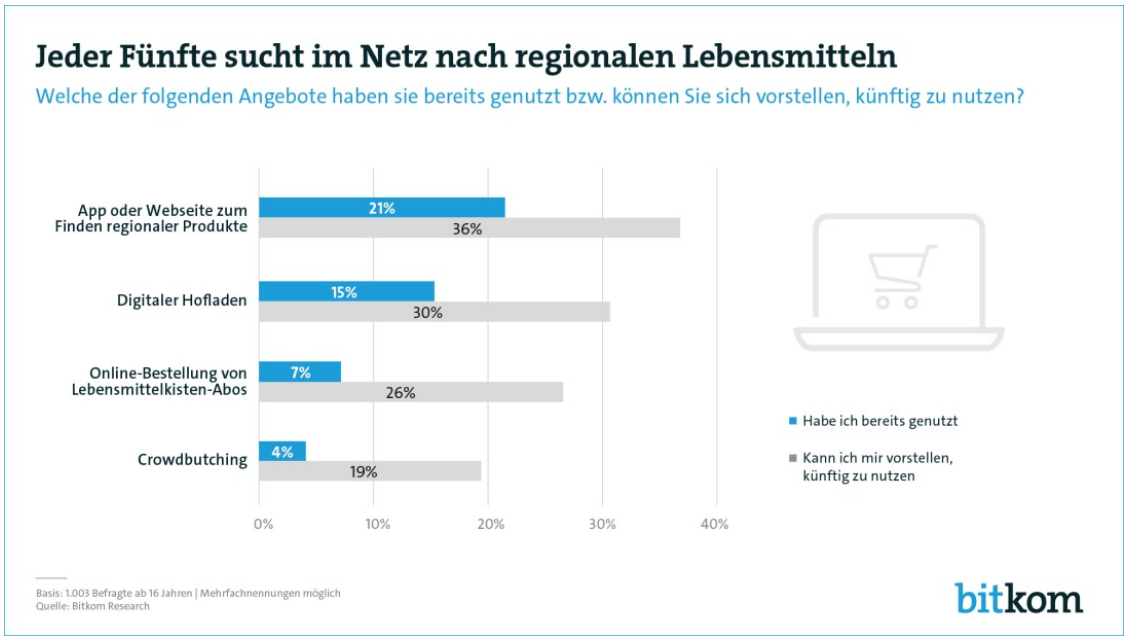
Bitkom e.V. |

Jeder Fünfte geht für regionale Lebensmittel ins Internet

- **21 Prozent nutzen Apps oder Webseiten, um regionale Produkte zu finden**
- **Jeder Vierte kann sich vorstellen, ein Lebensmittelkisten-Abo abzuschließen**



Berlin, 07. November 2019 - Äpfel aus Chile, Erdbeeren aus Spanien, Tomaten aus den Niederlanden: In deutschen Supermärkten sind Produkte aus der ganzen Welt oft das ganze Jahr über verfügbar. Doch eine steigende Anzahl von Verbrauchern setzt zunehmend auf regionale Waren in ihrem Einkaufskorb – und das mit Hilfe digitaler Technologien. Wie eine repräsentative Verbraucherbefragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.003 Bundesbürgern ergeben hat, haben bereits 21 Prozent eine App oder eine Webseite genutzt, um regionale Lebensmittel oder regional-ausgerichtete Gastronomie zu finden. 2018 waren es noch 18 Prozent. Weitere 36 Prozent geben an, dass sie sich vorstellen könnten, solche Apps oder Webseiten künftig zu nutzen. 15 Prozent der Befragten haben zudem schon einmal in einem digitalen Hofladen eingekauft. Weitere 30 Prozent können sich vorstellen, dies künftig zu tun. „Der Trend ist klar: Viele Verbraucher kaufen nicht nur zunehmend bewusster ein, sie wollen auch wissen, woher ihre Lebensmittel kommen – und digitale Technologien helfen dabei. Regionale Lebensmittel unterstützen zudem nicht nur die Landwirte und Händler direkt vor Ort, sie haben in der Regel auch eine bessere CO2-Bilanz, da sie keine langen Transportwege zurückgelegt haben“, sagt Andreas Schweikert, Bitkom-Referent für Landwirtschaft.

Auf kleinerem Niveau bewegt sich die Zahl der Verbraucher, die bereits online Lebensmittelkisten-Abos aus ihrer Region bestellt haben: 7 Prozent sind es aktuell, ein Prozentpunkt mehr als 2018. Mehr als jeder Vierte (26 Prozent) kann sich allerdings vorstellen, ein solches Angebot künftig zu nutzen. 19 Prozent der Befragten sind außerdem offen für sogenanntes Crowdbutching. Diese Wortkombination aus Crowdfunding und Butching (engl. Schlachtung) meint, dass sich mehrere Kunden auf einer Online-Plattform zusammenschließen, um ein Tier zu kaufen. Erst wenn alle Teile eines Tieres verkauft sind, wird es geschlachtet und in Portionen bis nach Hause geliefert. „Crowdbutching ist ein gutes Beispiel dafür, wie digitale Anwendungen Wertschätzung für Fleisch und mehr Transparenz für den Verbraucher schaffen können“, sagt Schweikert. Genutzt haben allerdings erst 4 Prozent der Befragten diese Option.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine repräsentative Befragung, die Bitkom Research im Auftrag des Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden insgesamt 1.003 Personen ab 16

Jahren in Deutschland telefonisch befragt. Die Frage lautete: „Dank digitaler Technologien gibt es bereits Möglichkeiten für Verbraucher, näher am Landwirt bzw. an der Produktion ihrer Lebensmittel zu sein. Welche der folgenden Angebote haben sie bereits genutzt bzw. können Sie sich vorstellen, künftig zu nutzen?“

Kontakt

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

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

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-Fuenfte-geht-fuer-regionale-Lebensmittel-ins-Internet***