

TAGBLATT

27. Februar 2015, 02:36 Uhr

Gutes essen und Gutes tun

Im Vorfeld des Ostschweizer Food Forums hat die Zürcher Marktforschungsfirma Marketagent.com Konsumenten gefragt, was ihnen wichtig ist beim Kauf von Lebensmitteln. Resultat (siehe Grafik): Geschmack, Frische und Qualität rangieren ganz an der Spitze vor einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis und günstigen Preisen. Gleich dahinter kommen Herkunft respektive Regionalität.

«Käsevielfalt der Schweiz»

Obwohl die regionale Produktion nicht ganz zuoberst steht, ist sie laut Frank Burose vom Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft in Weinfelden dennoch bedeutend. Denn 32% der Befragten attestieren regional angebauten oder produzierten Lebensmitteln ein «sehr gutes» Image, weitere 55% ein «gutes». Zudem empfinden über 90% der Konsumenten regional produziertes Gemüse, Eier oder Früchte «besser» oder «mindestens ebenso gut» wie nichtregionale Produkte. Bei Milchprodukten/Käse verschiebt sich die Bewertung Richtung «gleich gut». Burose sagt dazu, dass sich die Leute «gerne durch die Käsevielfalt der ganzen Schweiz essen».

Unterstützung der Region

Welches sind die Motive zum Kauf regionaler Produkte? 37% der Befragten sagen, weil sie frischer seien als nicht regionale Erzeugnisse. 43% wollen den Ursprung der Produkte nachvollziehen können, 48% nennen ökologische Gründe, und für 60% hat die Unterstützung der regionalen Wirtschaft Priorität. Und wann ist ein Produkt regional hergestellt? Die Ansichten der Konsumenten reichen von «innerhalb der Gemeinde» über einen «Umkreis von 20 km des Verkaufsorts» und «innerhalb des Kantons» bis zur «länderübergreifenden Region». (T. G.)

Diesen Artikel finden Sie auf St.Galler Tagblatt Online unter:

<http://www.tagblatt.ch/aktuell/wirtschaft/tb-wi/Gutes-essen-und-Gutes-tun;art149,4142568>

COPYRIGHT © ST.GALLER TAGBLATT AG

ALLE RECHTE VORBEHALTEN. EINE WEITERVERARBEITUNG,
WIEDERVERÖFFENTLICHUNG ODER DAUERHAFTES SPEICHERUNG ZU
GEWERBLICHEN ODER ANDEREN ZWECKEN OHNE VORHERIGE AUSDRÜCKLICHE
ERLAUBNIS VON ST.GALLER TAGBLATT ONLINE IST NICHT GESTATTET.