



verbraucherzentrale

Bundesverband

Verbrauchererwartungen bei regionalen Lebensmitteln und Herkunftskennzeichnungen

März 2022

UNTERSUCHUNGSDESIGN

- Grundgesamtheit:** bundesweit online-repräsentative Bevölkerung ab 18 Jahren
- Stichprobengröße:** 1.009 Personen
- Gewichtung:** Alter, Geschlecht, Bildung (online-repräsentativ)
- Statistische Fehlertoleranz:** max. +/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe
- Befragungsmethode:** CAWI (CAWI = Computer Assisted Web Interviewing)
- Befragungszeitraum:** 15. bis 26. Oktober 2021
- Institut:** hopp Marktforschung, Berlin
- Hinweis:** Die Summe der einzelnen Prozentwerte kann rundungsbedingt von 100 Prozent abweichen. Die Darstellung der kumulierten Werte kann rundungsbedingt von der Summe der Einzelwerte abweichen.

ZUSAMMENFASSUNG

Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln

- 76 Prozent der befragten Verbraucher:innen achten beim Lebensmittelkauf darauf, ob Produkte aus regionaler Erzeugung stammen.
- Besonders wichtig ist Regionalität bei Obst und Gemüse (86 Prozent), Eiern (82 Prozent), Brot und Backwaren (74 Prozent), Fleisch und Wurst (72 Prozent), Milch und Milchprodukten (67 Prozent).
- 57 Prozent der Befragten kaufen mindestens einmal pro Woche regionale Lebensmittel.

Kaufmotivation

- Wichtigste Kaufmotivationen sind: Die Unterstützung der heimischen (Land-) Wirtschaft und kürzere Transportwege (jeweils 94 Prozent), Frische (90 Prozent), Nachhaltigkeit (84 Prozent).

ZUSAMMENFASSUNG

Erkennbarkeit regionaler Lebensmittel

- Fast vier von zehn Befragten (39 Prozent) fällt es schwer, regionale Lebensmittel aus der eigenen Region zu erkennen.
- Beim Kauf regionaler Lebensmittel orientiert sich die Mehrheit (62 Prozent) an unbestimmten Werbebegriffen wie „regional“ oder „von hier“. Was diese Kennzeichnungen tatsächlich aussagen, ist jedoch kaum bekannt.
- Stammt ein Lebensmittel nachweislich aus regionaler Erzeugung, wären 54 Prozent der Befragten bereit, mehr dafür zu bezahlen.

Regionalverständnis

- Für den Großteil (72 Prozent) ist ein Lebensmittel dann „regional“, wenn es aus dem eigenen Landkreis stammt. 55 Prozent akzeptieren Produkte aus dem eigenen Bundesland noch als regional.
- Knapp zwei Drittel (65 Prozent) sind der Meinung, dass der Erzeugungs-/Verarbeitungsort eines Lebensmittels maximal 100 Kilometer vom Verkaufsort entfernt sein sollte, um noch als regionales Produkt zu gelten.

ZUSAMMENFASSUNG

Assoziationen mit regionalen Produkte

- Am häufigsten assoziieren die Befragten mit Produkten **aus der eigenen Region**: kurze Transportwege (92 Prozent), Vorteile für die heimische (Land-) Wirtschaft (89 Prozent) und regionale Herstellung (87 Prozent). Eine deutliche Mehrheit (70 Prozent) denkt, dass 100 Prozent der Zutaten dieser Produkte aus der eigenen Region stammen. Jeweils die Mehrheit (57 Prozent) assoziiert mit diesen Produkten zudem hohe Tierschutz-, Umwelt- und Sozialstandards.
- Bei als regional beworbenen Lebensmitteln, die **aus einer anderen als der Heimatregion stammen**, nehmen knapp drei Viertel (73 Prozent) der Befragten an, dass diese nach regionalen Rezepturen oder traditionellen Herstellungsverfahren hergestellt werden. 53 Prozent denken, dass die Zutaten dieser Produkte zu 100 Prozent aus der beworbenen Region stammen. 68 Prozent denken, dass auch die Herstellung dort stattfindet.
- Gut zwei Drittel der Befragten (67 Prozent) finden es inakzeptabel, wenn ein als regional beworbenes, verarbeitetes Produkt zwar in der genannten Region hergestellt wurde, die Zutaten aber von woanders her kommen.

ZUSAMMENFASSUNG

Bekanntheit und Verbraucherverständnis von Regionalsiegeln

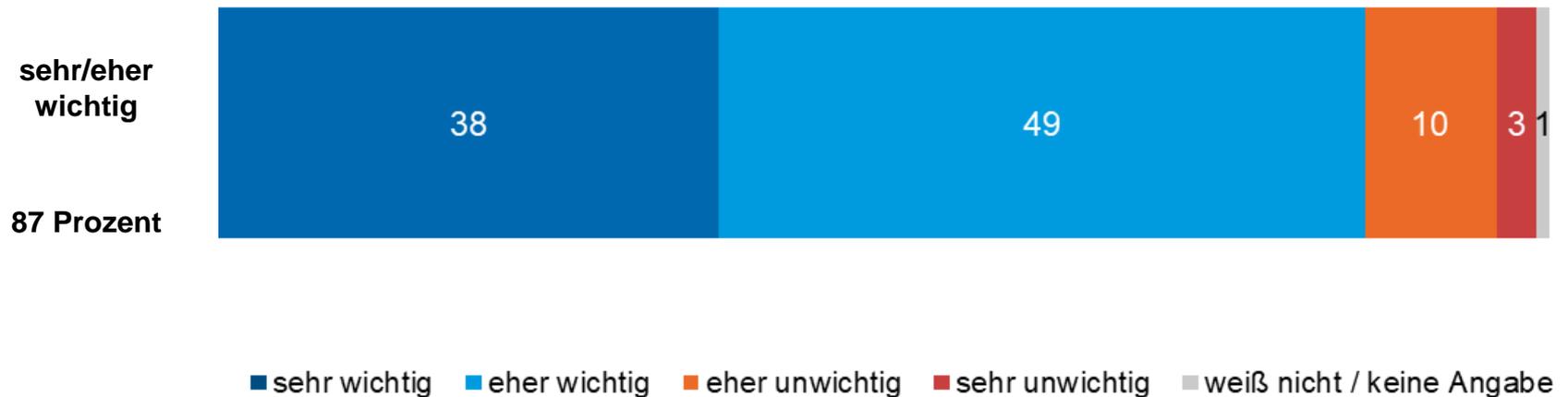
- Um regionale Lebensmittel **aus der eigenen Region** verlässlich zu erkennen, wünscht sich je etwa ein Drittel der Befragten die Angabe der genauen Ortsbezeichnung (41 Prozent), des Landkreises (37 Prozent) oder des Bundeslandes (31 Prozent).
- Knapp zwei Drittel (65 Prozent) der Befragten kennen die EU-weite Kennzeichnung „geschützte geografische Angabe“ („g. g. A.“) nicht. Die richtige Bedeutung des Zeichens kennen nur fünf Prozent.
- Nur knapp jeder vierte Befragte (24 Prozent) hat das Regionalfenster schon einmal gesehen.

Regulierungsbedarf

- Eine deutliche Mehrheit der Befragten (86 Prozent) wünscht sich einheitliche, verbindliche Regeln und Vorgaben für die Kennzeichnung und Bewerbung regionaler Lebensmittel.

RELEVANZ VON ERNÄHRUNG UND LEBENSMITTELEINKAUF

Für 87 Prozent der befragten Verbraucher:innen sind die Themen Ernährung und Lebensmitteleinkauf sehr oder eher wichtig.

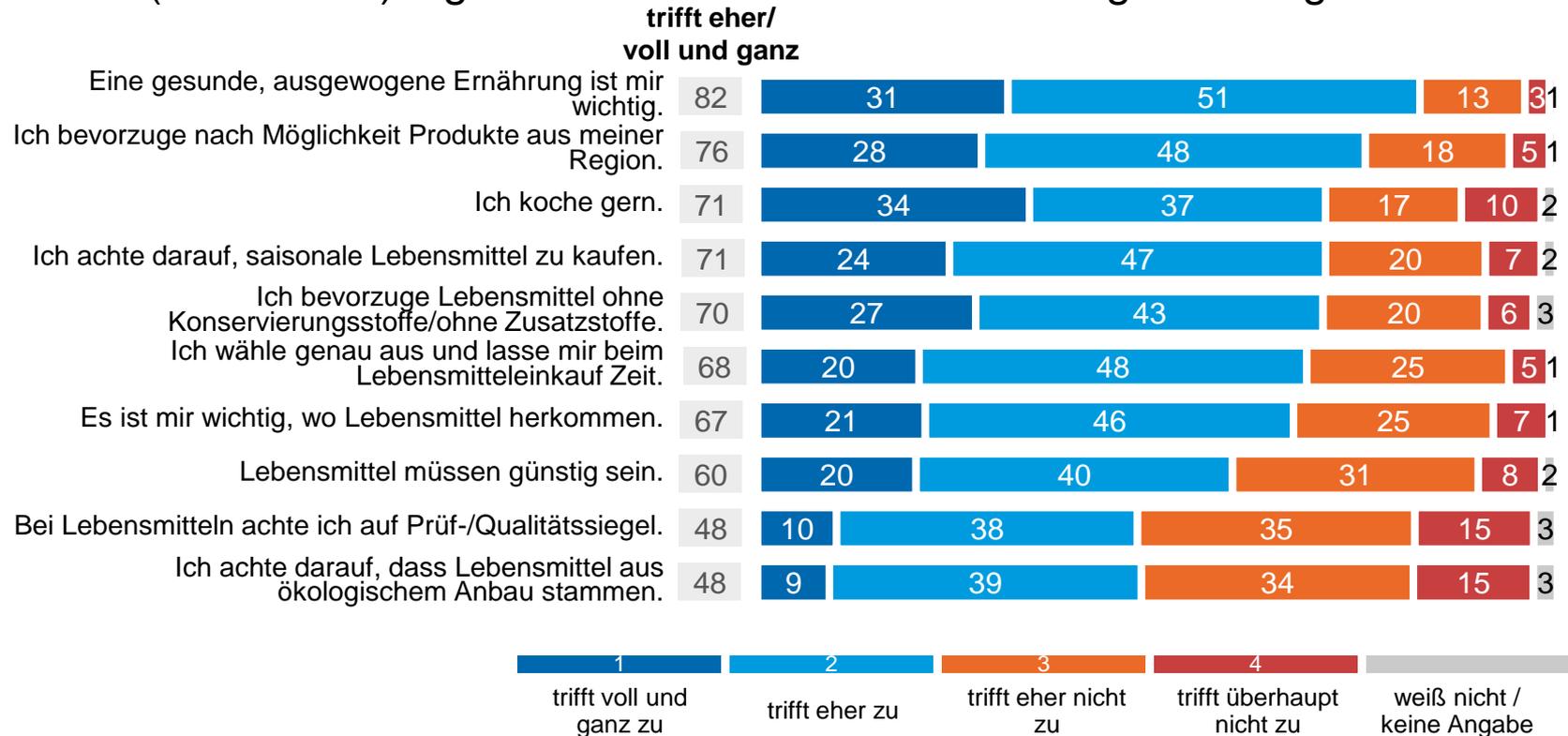


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung;

Frage: „Wie wichtig sind die Themen Ernährung und Lebensmitteleinkauf für Sie persönlich?“

RELEVANZ VON ERNÄHRUNG UND LEBENSMITTELEINKAUF

Eine gesunde, ausgewogene Ernährung ist für 82 Prozent wichtig. Gut drei Viertel (76 Prozent) legen Wert auf Produkte aus der eigenen Region.

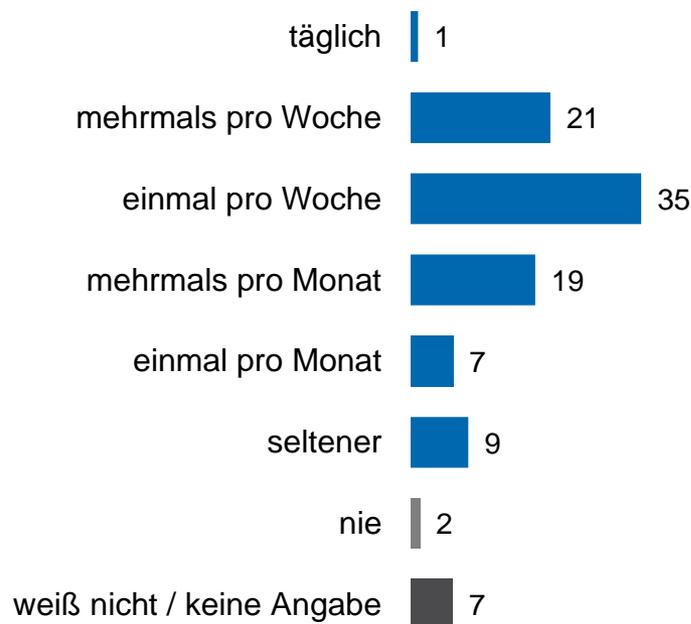


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zum Thema Ernährung und Lebensmitteleinkauf auf Sie persönlich zu.“

NACHFRAGE NACH REGIONALEN LEBENSMITTEL

57 Prozent der Befragten kaufen mindestens einmal pro Woche Lebensmittel aus der Region rund um ihren eigenen Wohnort.



Den Befragten wurde dazu ein Erklärtext gezeigt:

Als „regionale Lebensmittel“ bezeichnet man Lebensmittel, die in der Nähe des eigenen Wohnorts erzeugt, verarbeitet und dort und ggf. anderswo vermarktet werden. Häufig werden unverarbeitete Lebensmittel wie z. B. Obst und Gemüse aus regionaler Erzeugung angeboten, aber auch verarbeitete Lebensmittel wie zum Beispiel Käse, Wurst oder Backwaren. Darüber hinaus gibt es Lebensmittel, die nicht aus der Nähe des eigenen Wohnorts stammen, aber regionale Herkunftsangaben im Namen tragen (z. B. Serrano-Schinken, Allgäuer Emmentaler).

Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Wie oft kaufen Sie selbst regionale Lebensmittel, also Lebensmittel aus der Region rund um Ihren eigenen Wohnort?“

NACHFRAGE NACH REGIONALEN LEBENSMITTELN

Regionale Lebensmittel werden vor allem im Supermarkt oder Discounter gekauft. Jeweils mehr als ein Drittel der Befragten nutzt Wochenmärkte oder direkt die Landwirt:innen/Erzeuger:innen als Bezugsquelle.

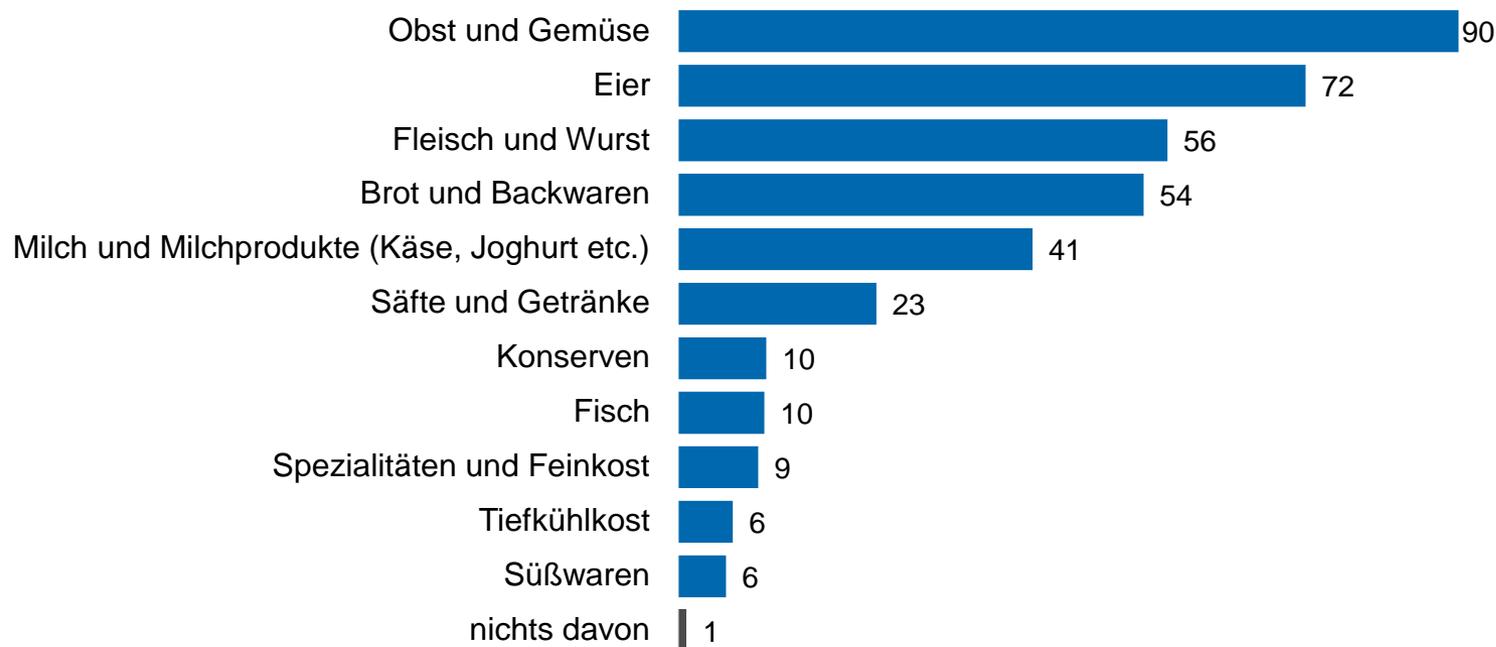


Basis: Falls Kauf regionaler Lebensmittel; 927 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Wo kaufen Sie vor allem regionale Lebensmittel?“

NACHFRAGE NACH REGIONALEN LEBENSMITTELN

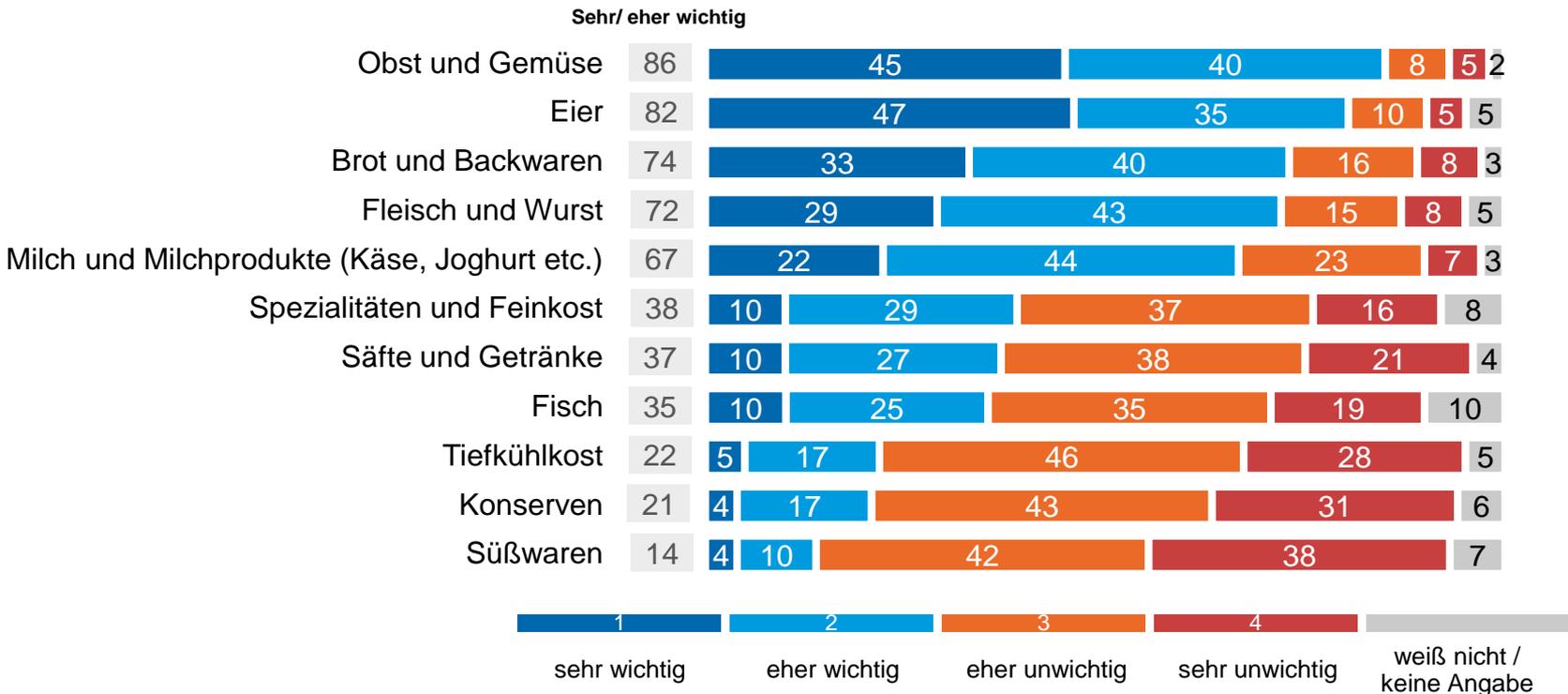
Obst und Gemüse werden besonders gern aus regionaler Erzeugung gekauft, gefolgt von Eiern. Verarbeitete Produkte aus der Region, wie beispielsweise Konserven, werden deutlich seltener gekauft.



Basis: Falls Kauf regionaler Lebensmittel; 927 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich
Frage: „Aus welchen Produktbereichen kaufen Sie regionale Lebensmittel?“

NACHFRAGE NACH REGIONALEN LEBENSMITTELN

Einem Großteil der Befragten ist es wichtig, dass Obst und Gemüse sowie Eier aus ihrer Region kommen.

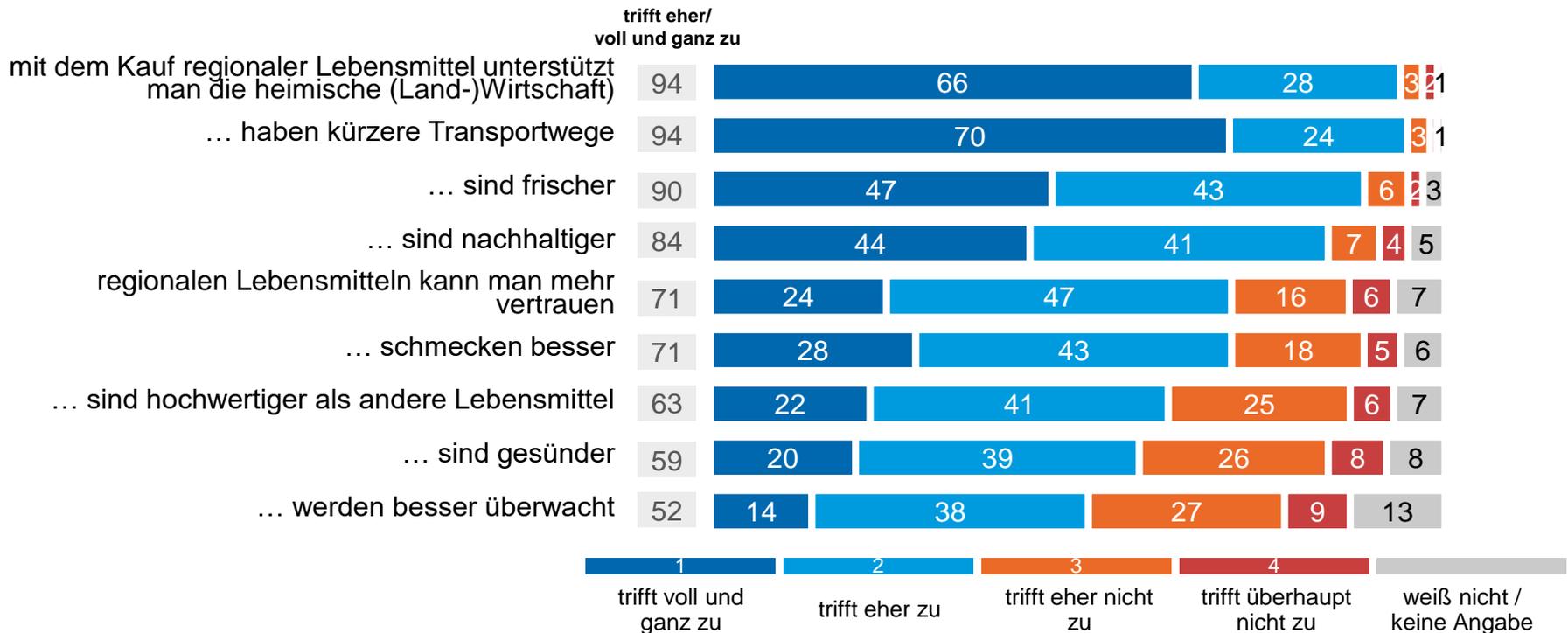


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Wie wichtig ist Ihnen bei den folgenden Lebensmitteln, dass sie aus Ihrer Region kommen?“

KAUFMOTIVATION

Bei der Kaufmotivation spielen die Unterstützung der heimischen (Land-)Wirtschaft und kürzere Transportwege eine sehr große Rolle, ebenso Frische und Nachhaltigkeit der Produkte.

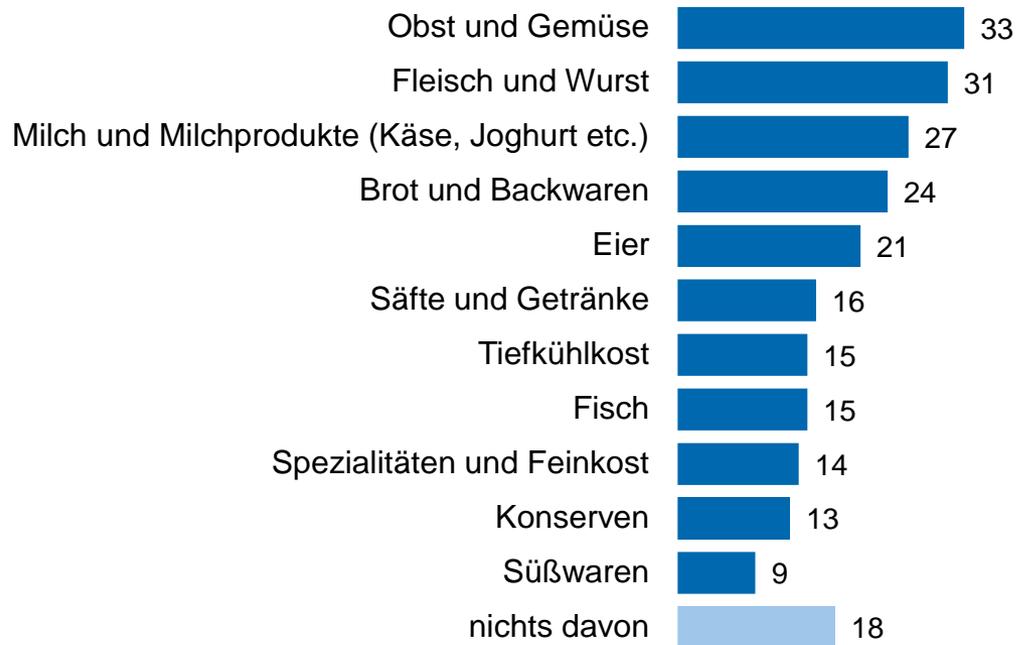


Basis: Falls Kauf regionaler Lebensmittel; 927 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Warum kaufen Sie regionale Lebensmittel? Regionale Lebensmittel...“

WUNSCH NACH GRÖßEREM ANGEBOT

Vor allem für Obst und Gemüse sowie Fleisch und Wurst wünschen sich die Befragten ein größeres Angebot regionaler Lebensmittel.

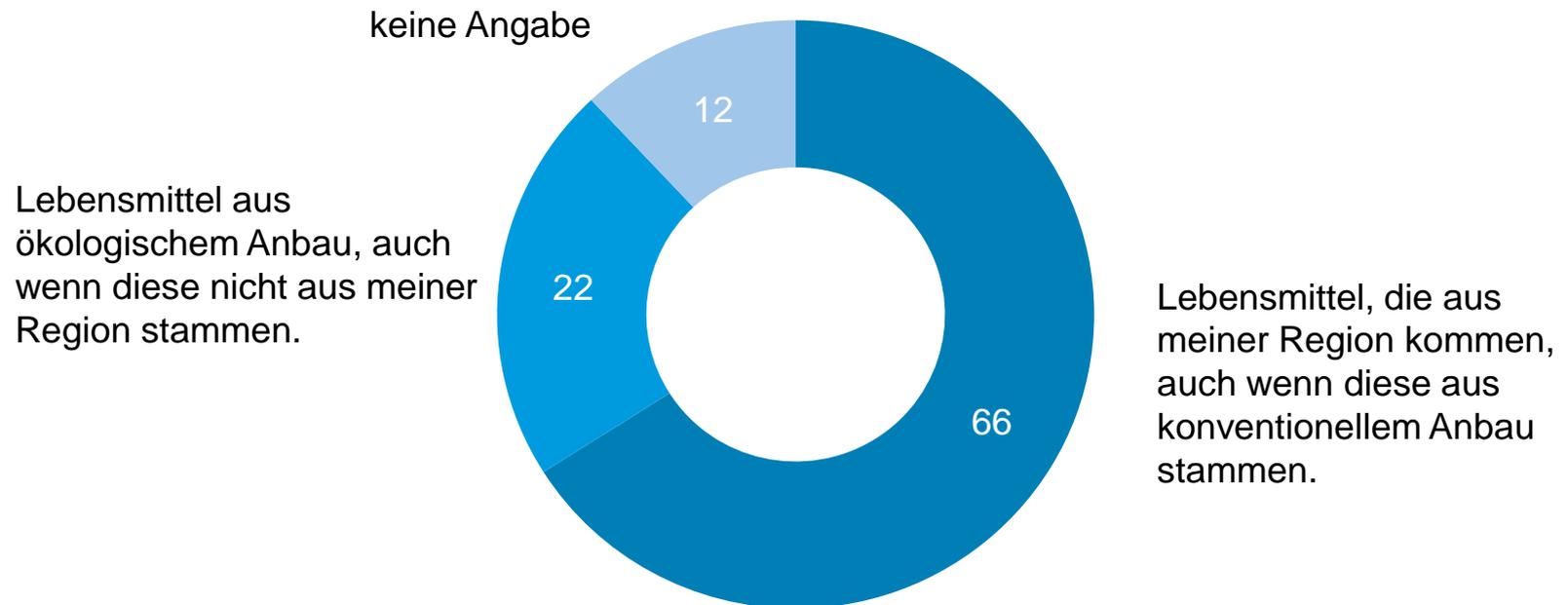


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Gibt es bestimmte Lebensmittelkategorien, für die Sie sich ein größeres Angebot an regionalen Produkten wünschen würden?“

REGIONALITÄT VERSUS BIO

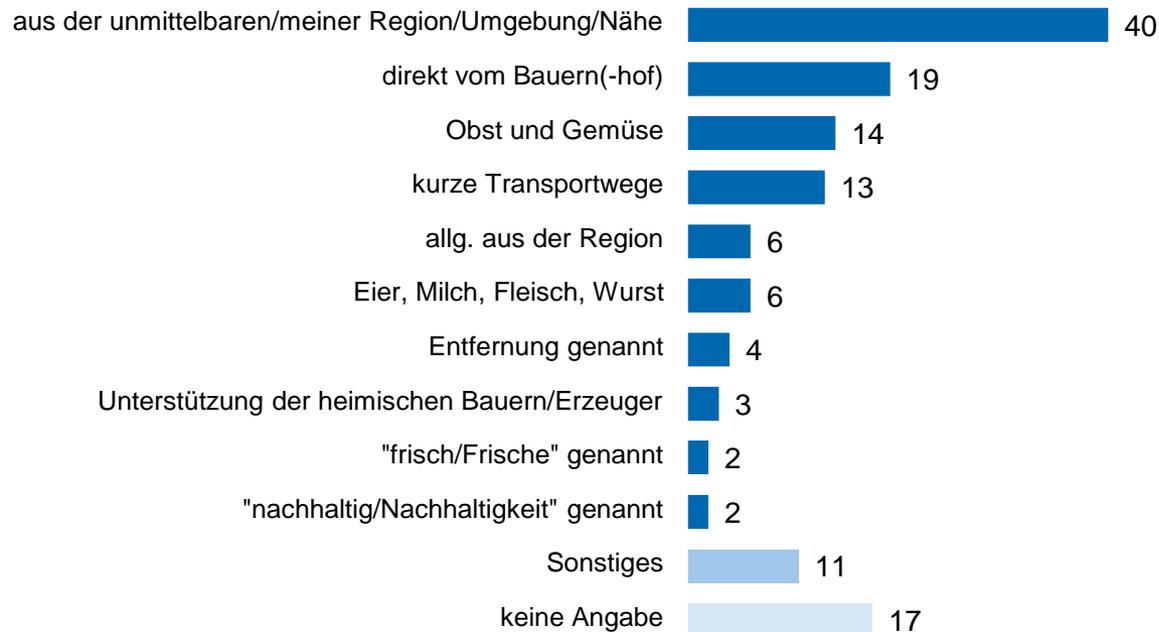
Müssten sich die Befragten zwischen regionalen Lebensmitteln aus ökologischem Anbau entscheiden, würden zwei Drittel Lebensmittel aus ihrer Region bevorzugen.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent
Frage: „Wenn Sie sich entscheiden müssten, welche Lebensmittel würden Sie bevorzugen?“

ASSOZIATIONEN MIT REGIONALEN LEBENSMITTELN

Insgesamt 40 Prozent der befragten Verbraucher:innen denken beim Begriff „regionale Lebensmittel“ an Produkte der eigenen Region.

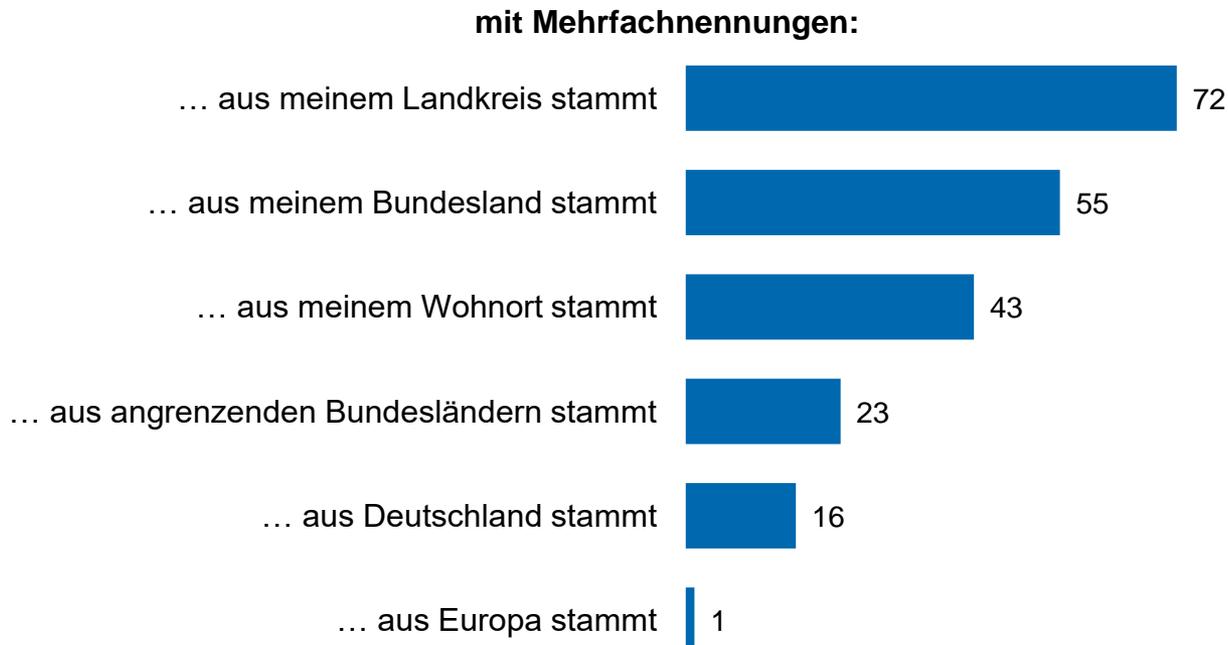


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Wenn Sie den Begriff „Regionale Lebensmittel“ hören, was fällt Ihnen da ein? Woran denken Sie dabei?“ (Offene Frage)

BEGRIFFSVERSTÄNDNIS „REGION“

Für einen Großteil der Befragten ist ein Lebensmittel dann „regional“, wenn es aus dem eigenen Landkreis stammt. 55 Prozent akzeptieren Produkte aus dem eigenen Bundesland noch als regional.

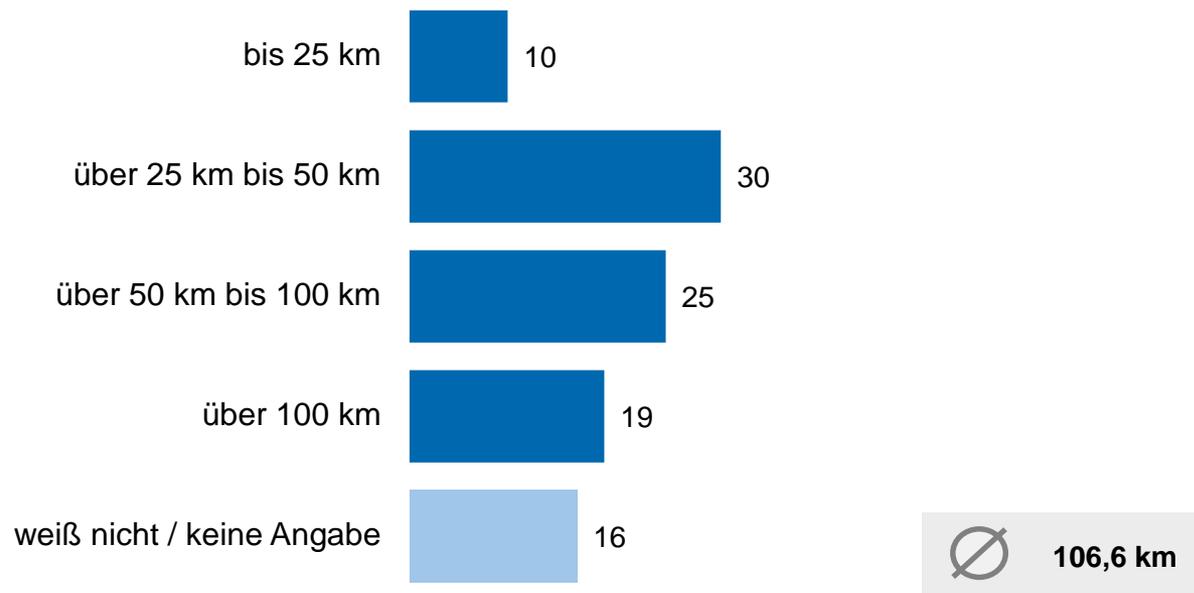


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Wann ist für Sie ein Lebensmittel „regional“? Wenn es ...“

ENTFERNUNGEN ZWISCHEN HERSTELLUNGS- UND VERKAUFSORT

Knapp zwei Drittel der Befragten sind der Meinung, dass der Erzeugungs-/Verarbeitungsort eines Lebensmittels maximal 100 Kilometer vom Verkaufsort entfernt sein sollte, um noch als regionales Produkt zu gelten.

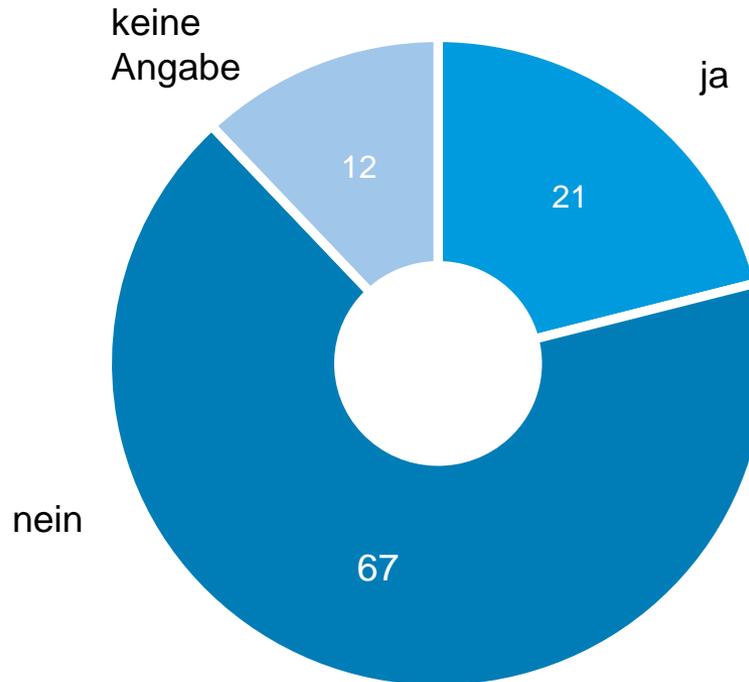


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Wie weit darf der Erzeugungs-/Verarbeitungsort eines Lebensmittels maximal vom Verkaufsort entfernt sein, damit Sie es als regionales Lebensmittel akzeptieren?“

REGIONALE ZUTATEN

Gut zwei Drittel der befragten Verbraucher:innen finden es inakzeptabel, wenn ein als regional beworbenes, verarbeitetes Produkt zwar in der genannten Region hergestellt wurde, die Zutaten aber von woanders her kommen.

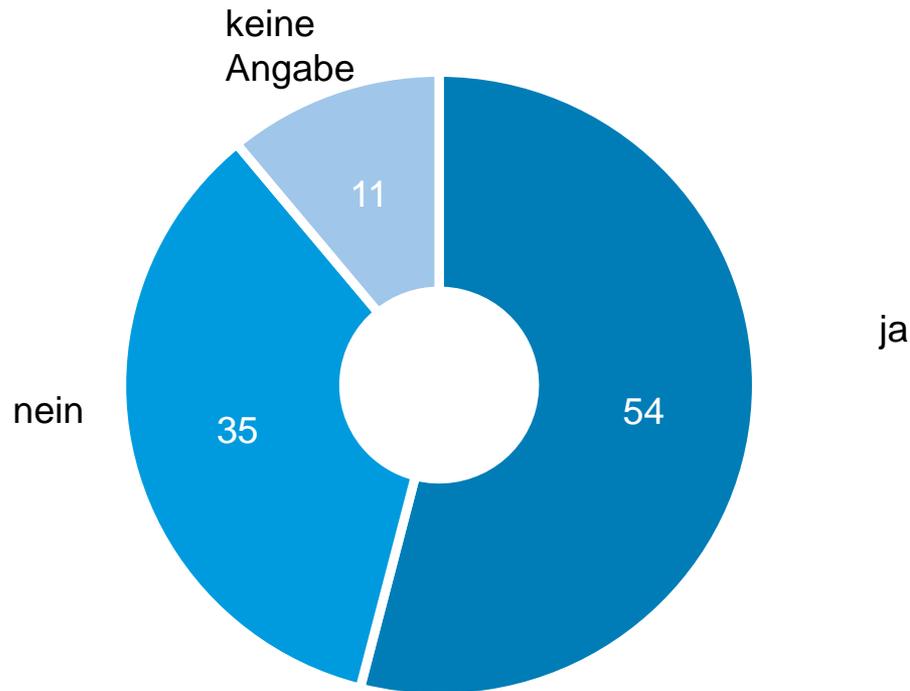


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Finden Sie es akzeptabel, wenn ein als regional beworbenes, verarbeitetes Produkt, wie zum Beispiel Wurst oder Käse, zwar in der genannten Region hergestellt wurde, das Fleisch für die Wurst oder die Milch für den Käse aber von woanders her kommen?“

ZAHLUNGSBEREITSCHAFT FÜR REGIONALE LEBENSMITTEL

Stammt ein Lebensmittel nachweislich aus regionaler Erzeugung, wäre die knappe Mehrheit der Befragten bereit, mehr dafür zu bezahlen.



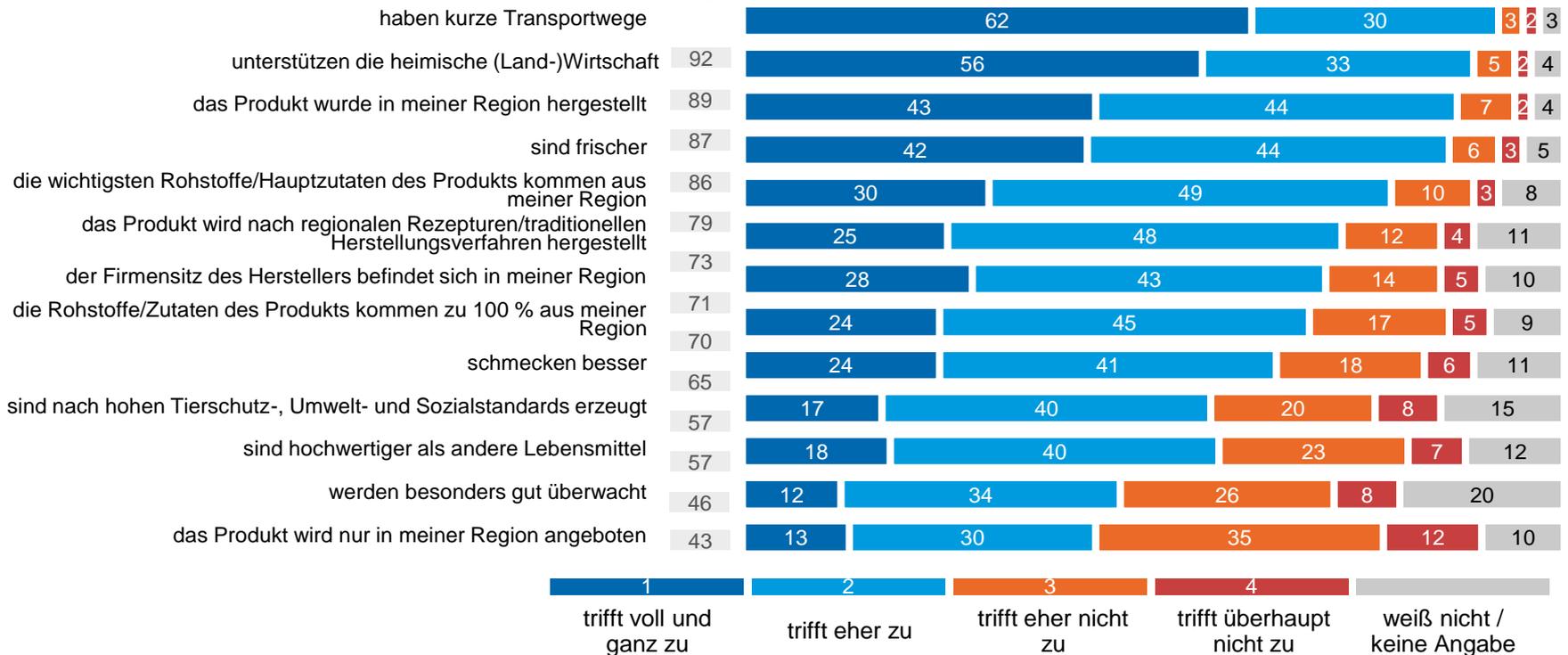
Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Mal Hand aufs Herz: Wären Sie bereit, für Lebensmittel, die nachweislich aus regionaler Erzeugung stammen, mehr zu bezahlen?“

REGIONALE LEBENSMITTEL AUS DER EIGENEN REGION

Die Befragten assoziieren mit Lebensmitteln aus der eigenen Region vor allem kurze Transportwege und Vorteile für die heimische (Land-)Wirtschaft.

trifft eher/
voll und ganz zu

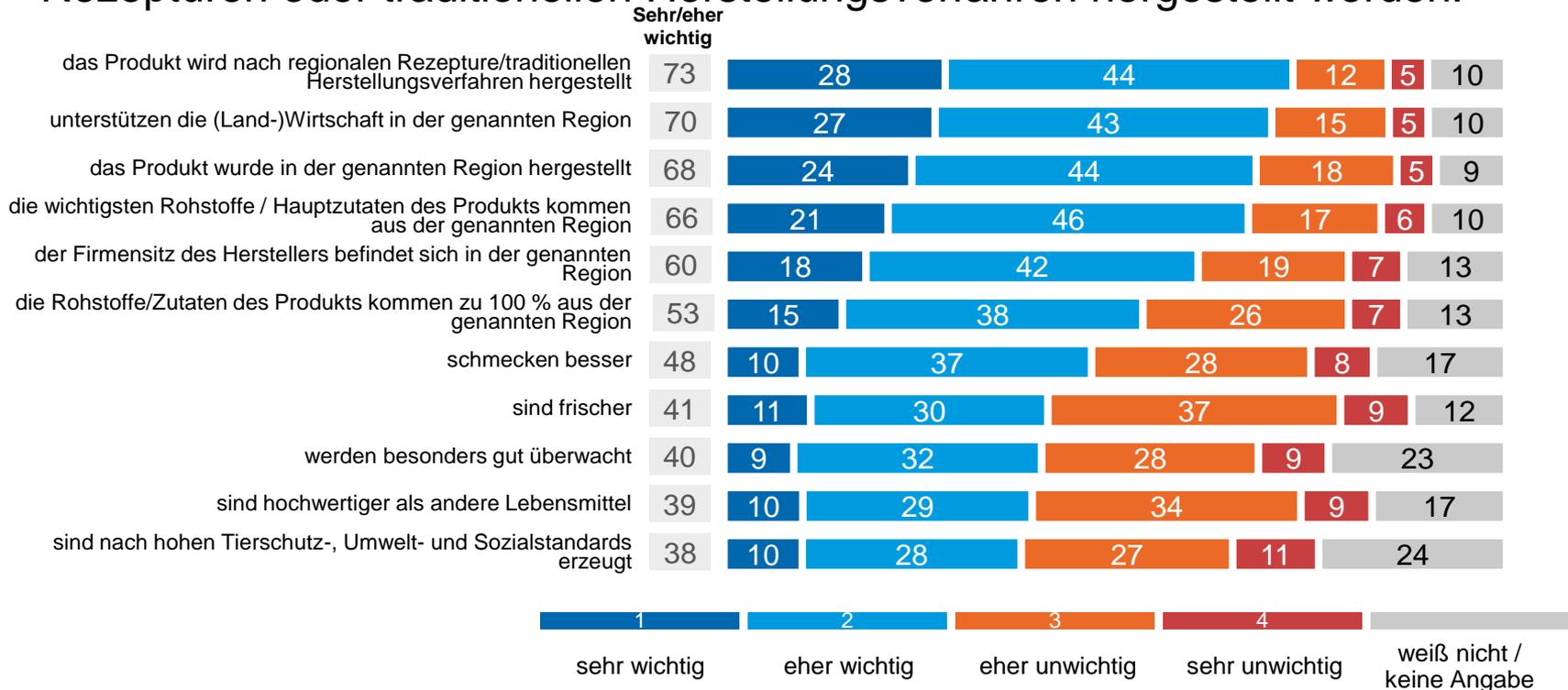


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Was denken Sie, trifft auf Lebensmittel zu, die an Ihrem Wohnort aus regionaler Erzeugung angeboten werden?“

REGIONALE LEBENSMITTEL AUS ANDEREN REGIONEN

Bei als regional beworbenen Lebensmitteln, die nicht aus der Heimatregion stammen, erwarten knapp drei Viertel der Befragten, dass diese nach regionalen Rezepturen oder traditionellen Herstellungsverfahren hergestellt werden.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Was denken Sie, trifft auf Lebensmittel zu, die aus anderen Regionen als Ihrer eigenen kommen und mit dieser Region werben (z. B. Serrano-Schinken, Allgäuer Emmentaler, Spreewaldgurken (sofern Ihr eigener Wohnort nicht in Spanien, im Allgäu oder im Spreewald liegt))?“

INFORMATIONSBEDARF BEI REGIONALEN LEBENSMITTELN

Die befragten Verbraucher:innen möchten wissen, wo ein regionales Produkt verarbeitet oder hergestellt wurde. Die knappe Mehrheit wünscht sich außerdem Informationen zur Herkunft der Zutaten des Produkts.

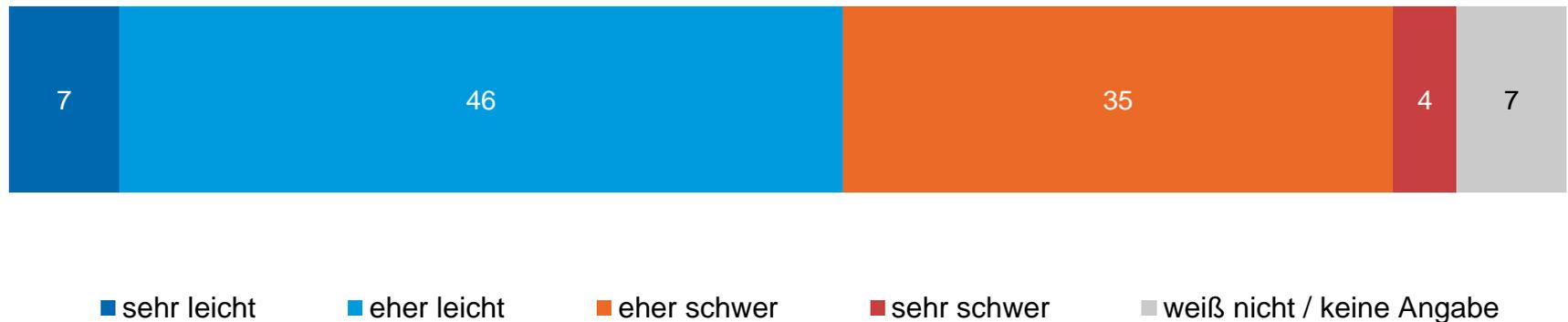


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Welche konkreten Informationen hinsichtlich der regionalen Herkunft von Lebensmitteln sind Ihnen wichtig? Ich möchte wissen...“

ERKENNBARKEIT REGIONALER LEBENSMITTEL

Fast vier von zehn Befragten fällt es (eher/sehr) schwer, regionale Lebensmittel aus der eigenen Region zu erkennen.

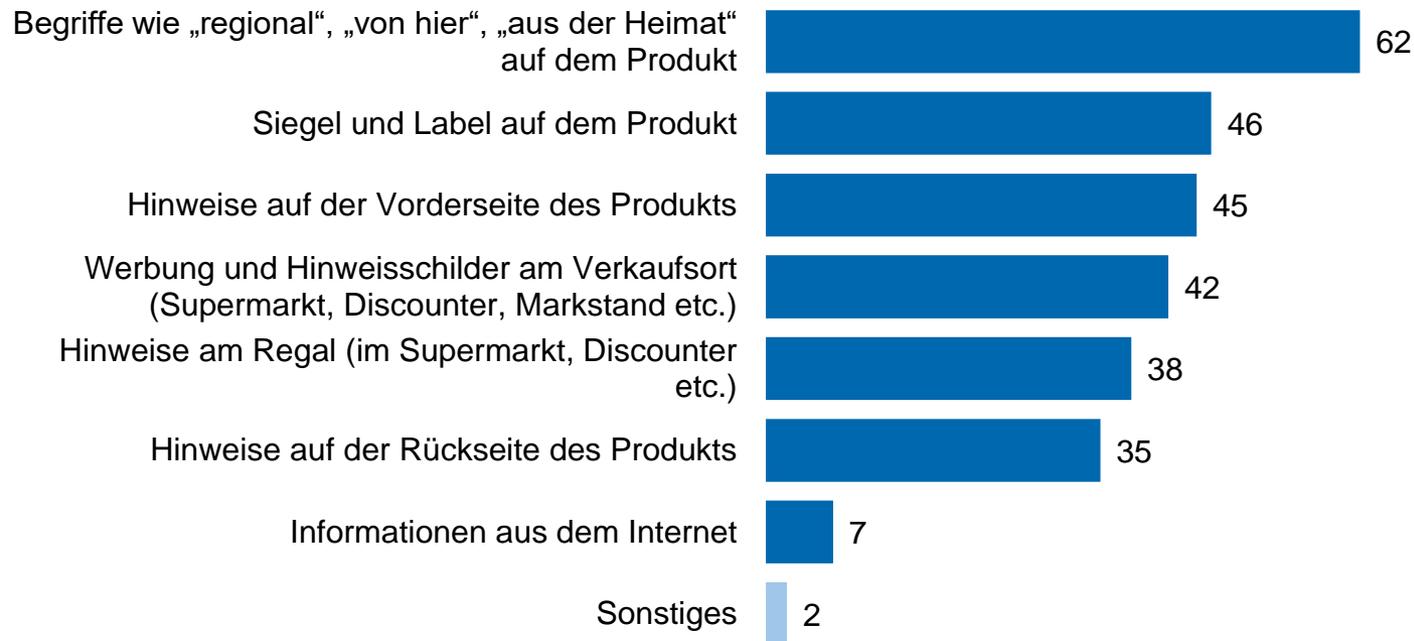


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Wie leicht oder schwer fällt es Ihnen grundsätzlich, regionale Lebensmittel aus Ihrer eigenen Region zu erkennen?“

ORIENTIERUNG BEIM KAUF REGIONALER LEBENSMITTEL

Die Mehrheit der befragten Verbraucher:innen verlässt sich beim Kauf regionaler Lebensmittel auf unspezifische Werbebegriffe wie „von hier“ oder „aus der Heimat“.

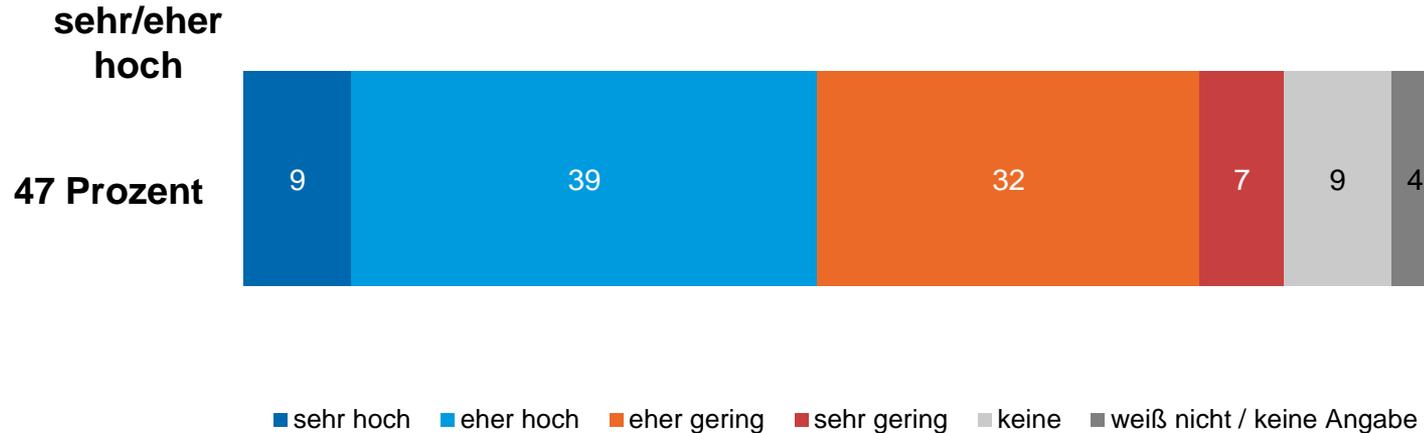


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Woran orientieren Sie sich/würden Sie sich orientieren, wenn Sie regionale Lebensmittel kaufen möchten?“

RELEVANZ VON REGIONALSIEGELN

Regionalsiegel und Kennzeichnungen sind für 47 Prozent der Befragten beim Lebensmitteleinkauf von (sehr/eher) hoher Bedeutung.

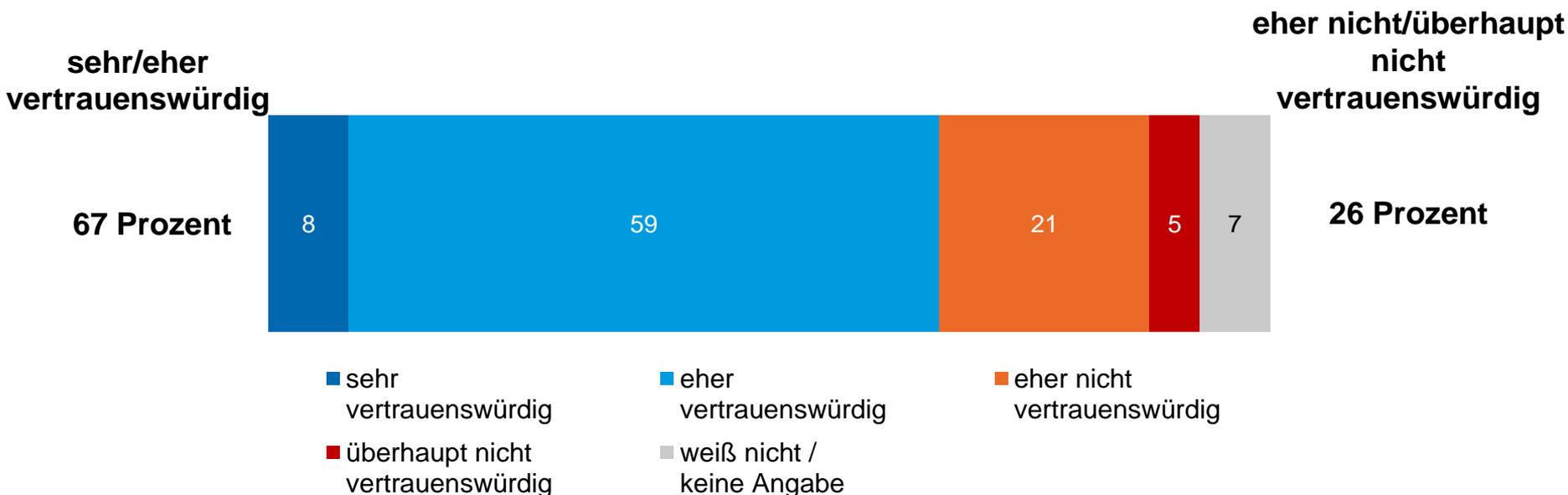


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Welche Relevanz haben solche Kennzeichen und Siegel für Sie beim Lebensmitteleinkauf?“

VERTRAUEN IN DIE KENNZEICHNUNG REGIONALER LEBENSMITTEL

Gut zwei Drittel der befragten Verbraucher:innen vertrauen darauf, dass als regional gekennzeichnete Lebensmittel auch wirklich regional sind.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Glauben Sie, dass Sie sich darauf verlassen können, dass Lebensmittel, die als regional gekennzeichnet sind, auch wirklich regional sind? Wie vertrauenswürdig finden Sie die Kennzeichnung regionaler Lebensmittel?“

KENNZEICHNUNG VON LEBENSMITTEL AUS DER EIGENEN REGION

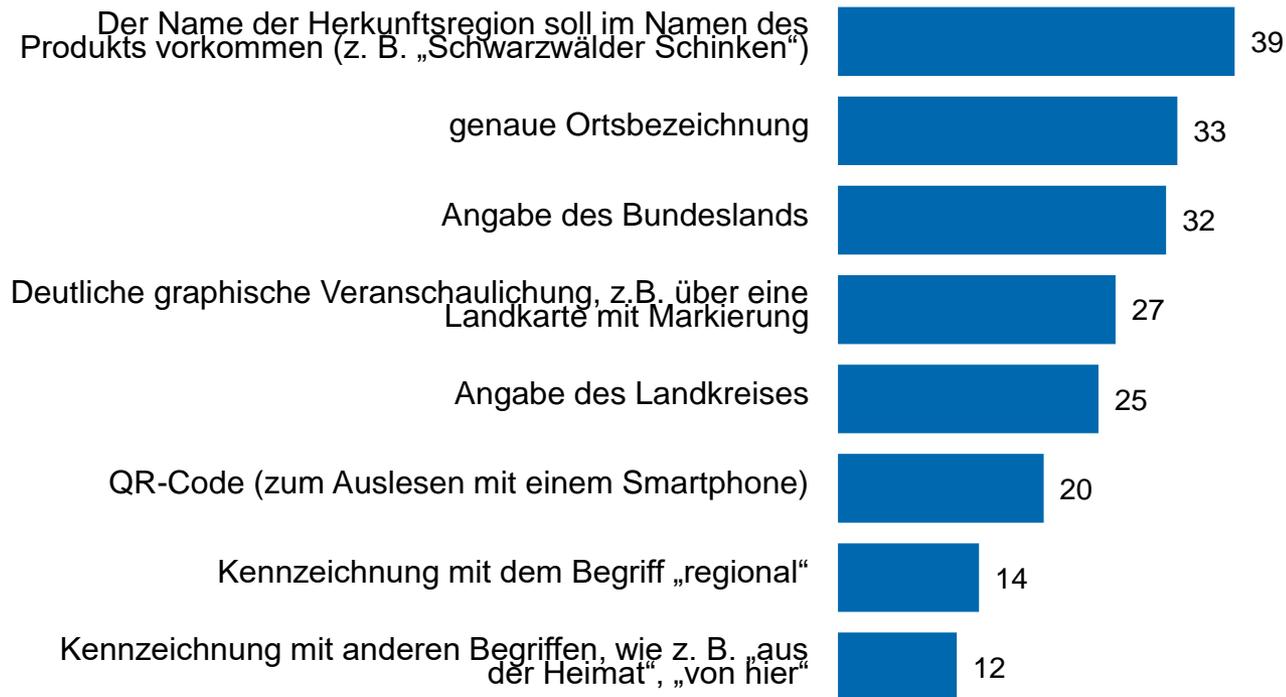
Um regionale Lebensmittel aus der eigenen Region verlässlich zu erkennen, wünscht sich je mehr als ein Drittel der Befragten die Angabe der genauen Ortsbezeichnung, des Landkreises oder des Bundeslandes.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; bis zu drei Nennungen möglich
Frage: „Wie sollten Lebensmittel, die in Ihrer eigenen Region als regionales Produkt angeboten werden, gekennzeichnet sein, damit Sie diese verlässlich erkennen?“

KENNZEICHNUNG VON LEBENSMITTELN AUS ANDEREN REGIONEN

Bei Lebensmitteln, die nicht aus der eigenen Region stammen, wünschen sich knapp vier von zehn Befragten die Angabe der Herkunftsregion.

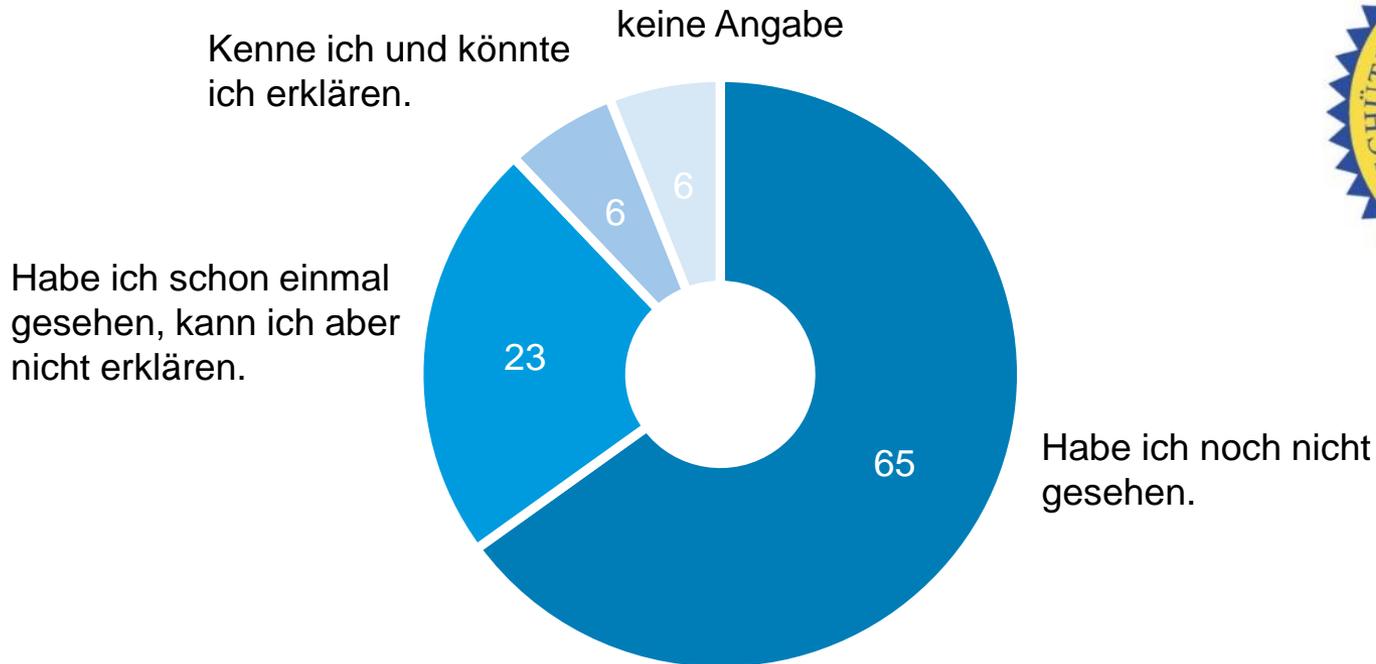


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; bis zu drei Nennungen möglich

Frage: „Wie sieht es aus mit Lebensmitteln, die nicht aus Ihrer Region stammen, aber mit ihrer regionalen Herkunft beworben werden (z. B. Schwarzwälder Schinken, sofern Ihr eigener Wohnort nicht im Schwarzwald liegt) – wie sollten solche Produkte gekennzeichnet sein, damit Sie sie verlässlich erkennen?“

BEKANNTHEIT „g. g. A.“-KENNZEICHNUNG

Knapp zwei Drittel der Befragten kennen die EU-weite Kennzeichnung „geschützte geografische Angabe“ („g. g. A.“) nicht. Knapp ein Viertel hat das Kennzeichen zwar schon einmal gesehen, kann es aber nicht erklären.

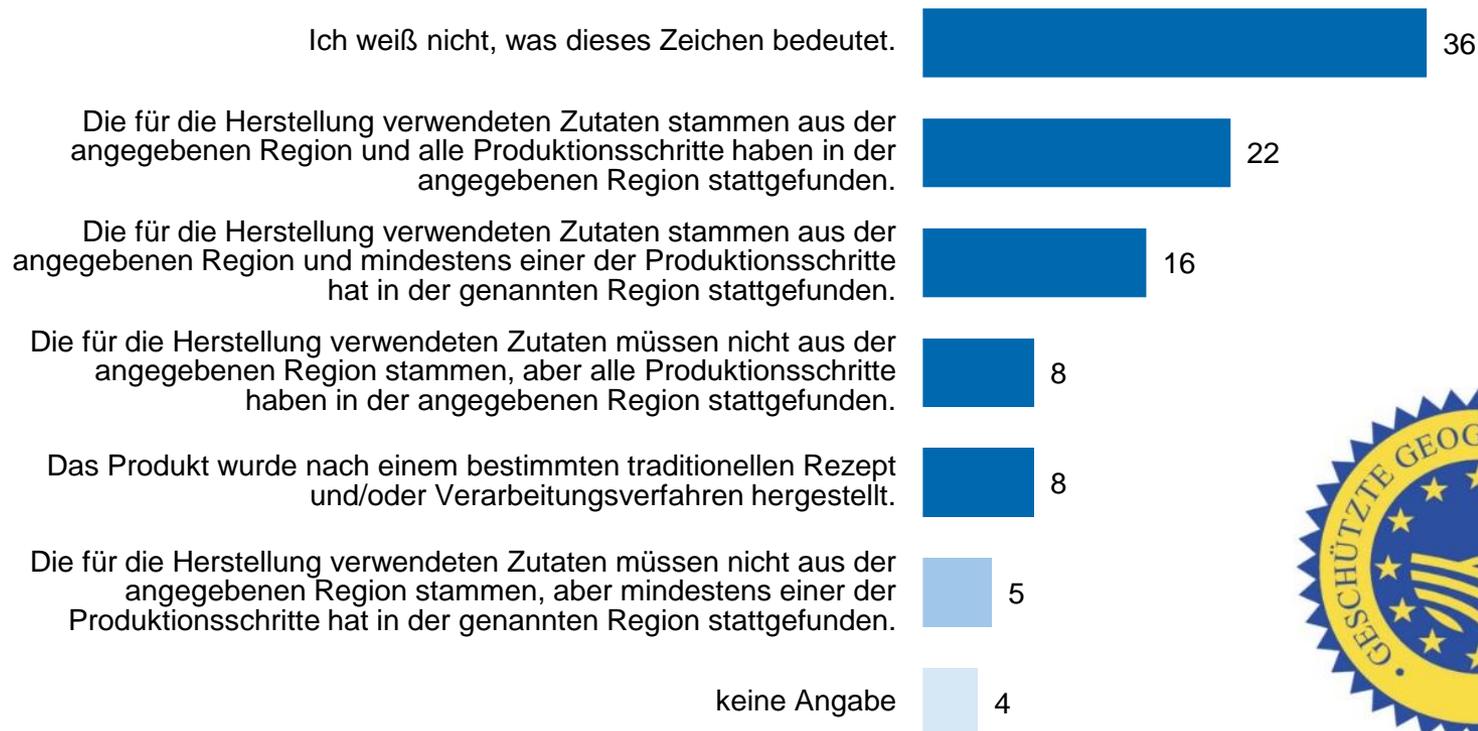


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Es gibt einige EU-weit verwendete Kennzeichen zur Angabe der regionalen Herkunft von Lebensmitteln. Ist Ihnen das folgende Kennzeichen bekannt?“

VERSTÄNDNIS „g. g. A.“-KENNZEICHNUNG

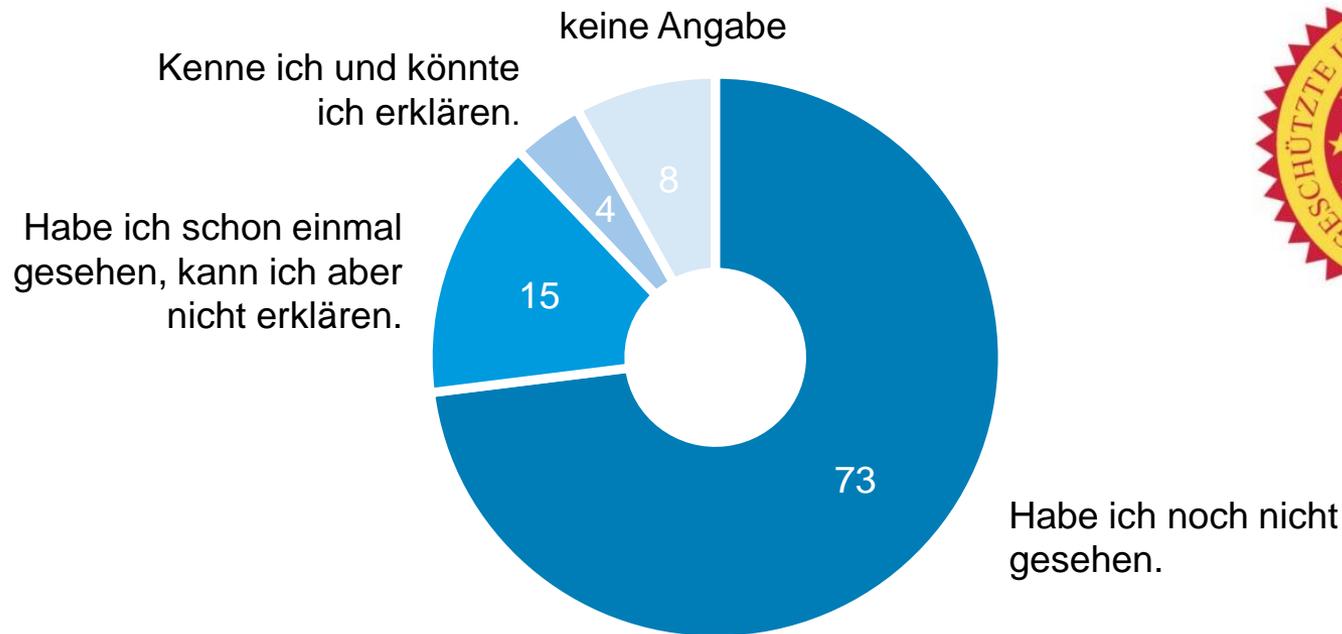
Lediglich 5 Prozent der befragten Verbraucher:innen wissen, was das „g. g. A.“-Kennzeichen wirklich aussagt.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent
Frage: „Was bedeutet dieses Zeichen Ihrer Meinung nach?“

BEKANNTHEIT „g. U.“-KENNZEICHNUNG

Die EU-weite Kennzeichnung „geschützte Ursprungsbezeichnung“ („g. U.“) kennen knapp drei Viertel der Befragten nicht. 15 Prozent haben das Zeichen zwar schon einmal gesehen, wissen aber nicht, was es aussagt.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Es gibt einige EU-weit verwendete Kennzeichen zur Angabe der regionalen Herkunft von Lebensmitteln. Ist Ihnen das folgende Kennzeichen bekannt?“

VERSTÄNDNIS „g. U.“-KENNZEICHNUNG

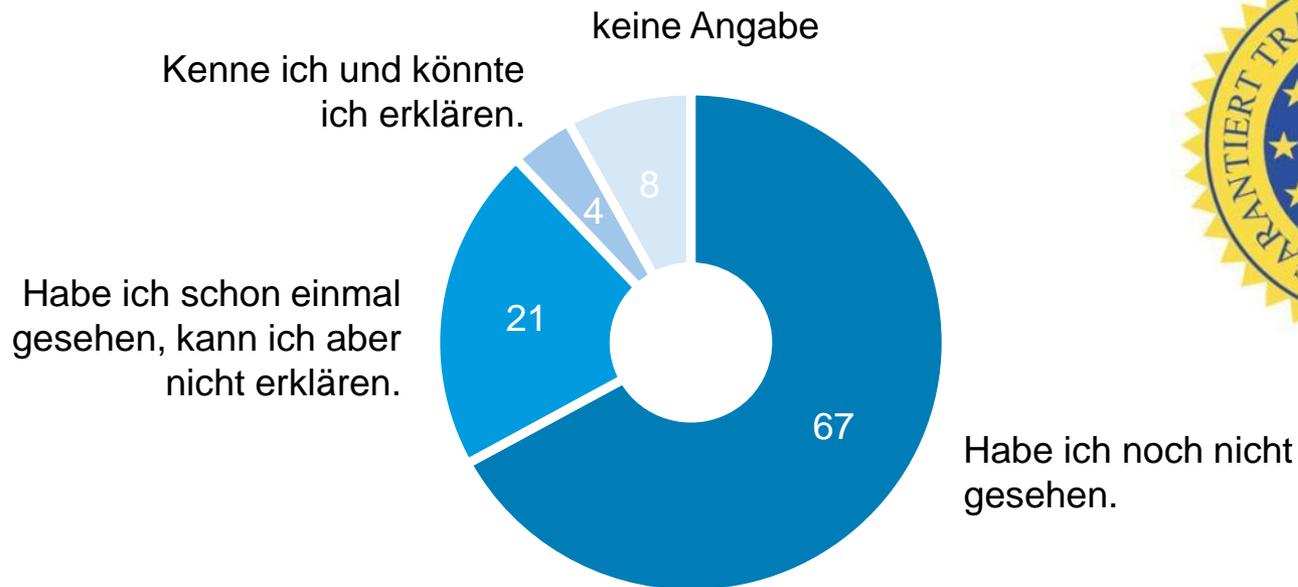
Nur jeder siebte Befragte wählt die Antwortmöglichkeit mit der korrekten Bedeutung des Symbols für „geschützte Ursprungskennzeichnung“.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent
Frage: „Was bedeutet dieses Zeichen Ihrer Meinung nach?“

BEKANNTHEIT „g. t. S.“-KENNZEICHNUNG

Lediglich ein Viertel der Befragten kennt das Kennzeichen „garantiert traditionelle Spezialität“ („g. t. S.“). Nur gut jede:r Fünfte hat das Zeichen schon einmal gesehen, kann es aber nicht erklären.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Es gibt einige EU-weit verwendete Kennzeichen zur Angabe der regionalen Herkunft von Lebensmitteln. Ist Ihnen das folgende Kennzeichen bekannt?“

VERSTÄNDNIS „g. t. S.“-KENNZEICHNUNG

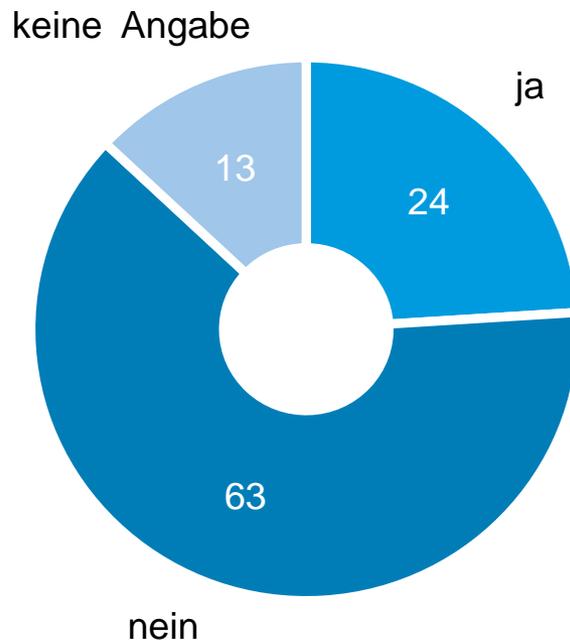
Nur gut ein Drittel der Befragten wählt die korrekte Antwort zur Bedeutung des „g. t. S.“-Kennzeichens, 61 Prozent liegen daneben.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent
Frage: „Was bedeutet dieses Zeichen Ihrer Meinung nach?“

BEKANNTHEIT DES REGIONALFENSTERS

Nur knapp jeder Vierte hat das Regionalfenster schon einmal gesehen, der Mehrheit der Befragten ist es noch unbekannt.

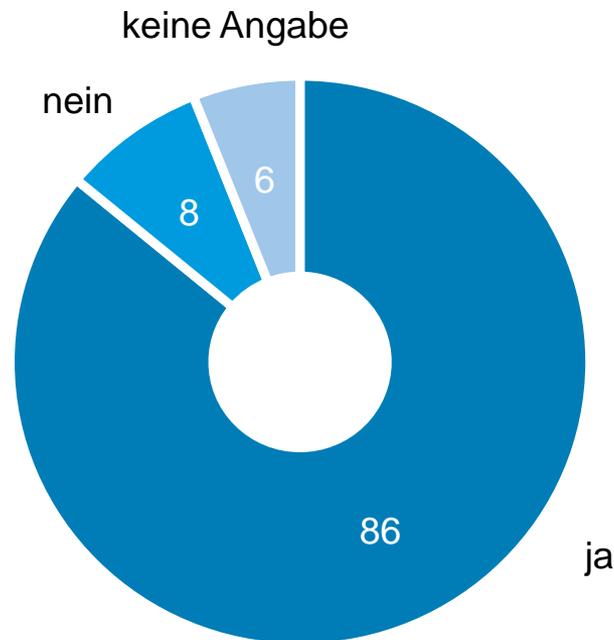


Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Haben Sie dieses Kennzeichen für regionale Herkunft schon einmal beim Lebensmitteleinkauf gesehen?“

VORGABEN FÜR KENNZEICHNUNG UND BEWERBUNG REGIONALER LEBENSMITTEL

Eine deutliche Mehrheit der Befragten wünscht sich einheitliche, verbindliche Regeln und Vorgaben für die Kennzeichnung und Bewerbung regionaler Lebensmittel.



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Sollte es Ihrer Meinung nach einheitliche, verbindliche Regeln und Vorgaben für die Kennzeichnung von Lebensmitteln geben, die als regional beworben und vermarktet werden?“

HERKUNFT MILCH FÜR JOGHURT „MARK BRANDENBURG“

Gut sechs von zehn Befragten denken, dass die Milch für diesen Joghurt vermutlich/sicher aus der Mark Brandenburg stammt.

Laut Angaben des Herstellers stammt die Milch für diesen Joghurt aus der Mark Brandenburg.



- sicher aus der Mark Brandenburg
- vermutlich aus der Mark Brandenburg
- vermutlich nicht aus der Mark Brandenburg
- sicher nicht aus der Mark Brandenburg



Foto © vzbv

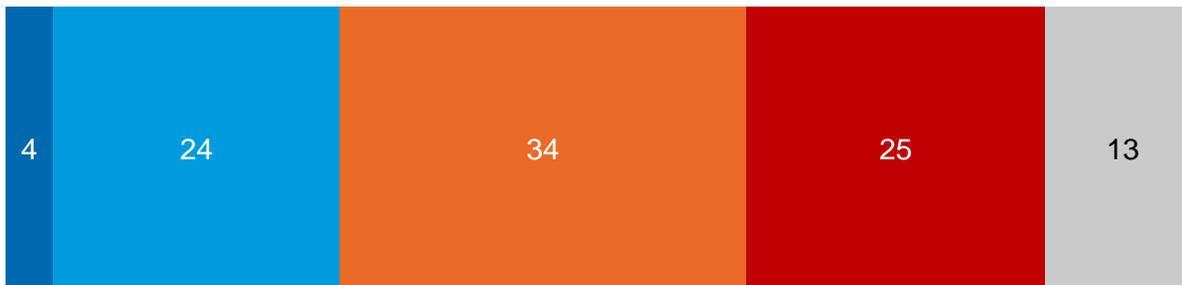
Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Sie sehen dieses Produkt bei Ihrem Lebensmitteleinkauf. Was denken Sie, woher die Milch für diesen Joghurt stammt?“

HERKUNFT WALDFRÜCHTE FÜR JOGHURT „MARK BRANDENBURG“

28 Prozent der Befragten erwarten zudem, dass auch die Waldfrüchte für diesen Joghurt (vermutlich/sicher) aus der Mark Brandenburg stammen.

Laut Angaben des Herstellers stammen die Waldfrüchte für diesen Joghurt aus EU- und Nicht-EU Ländern.



- sicher aus der Mark Brandenburg
- vermutlich aus der Mark Brandenburg
- vermutlich nicht aus der Mark Brandenburg
- sicher nicht aus der Mark Brandenburg
- weiß nicht / keine Angabe

Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent
Frage: „Was denken Sie, woher die Waldfrüchte für diesen Joghurt stammen?“



Foto © vzbv

HERSTELLUNGORT JOGHURT „MARK BRANDENBURG“

61 Prozent der Befragten erwarten, dass der Herstellungsort dieses Joghurts (vermutlich/sicher) in der Mark Brandenburg liegt.

Laut Angaben des Herstellers liegt der Herstellungsort dieses Joghurts in der Mark Brandenburg.



- sicher in der Mark Brandenburg
- vermutlich in der Mark Brandenburg
- vermutlich nicht in der Mark Brandenburg
- sicher nicht in der Mark Brandenburg
- weiß nicht / keine Angabe

Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Was denken Sie, wo dieser Joghurt hergestellt wurde?“

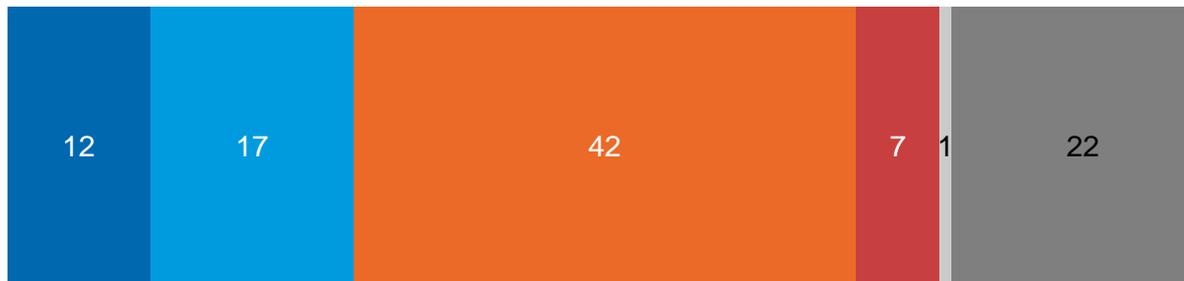


Foto © vzbv

HERKUNFT EIER MIT REGIONALWERBUNG „AUS SOLIDARITÄT/UNSERE LANDWIRTE“

Insgesamt erwarteten 71 Prozent der Befragten, dass die Eier, die in dieser Aufmachung angeboten wurden aus ihrem Landkreis, Bundesland oder mindestens aus Deutschland kommen.

Laut Kennzeichnung auf dem Produkt stammen die Eier aus den Niederlanden.



- aus meinem Landkreis
- aus meinem Bundesland
- aus Deutschland
- aus Europa
- außerhalb Europas
- weiß nicht / keine Angabe



Foto © vzbv

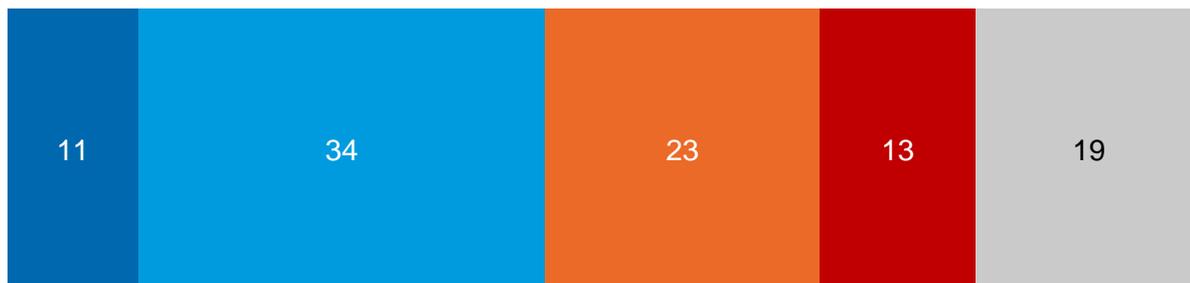
Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Sie sehen dieses Produkt bei Ihrem Lebensmitteleinkauf. Was erwarten Sie, wo die Eier herkommen?“

HERKUNFT RINDFLEISCH FÜR DEUTSCHES CORNED BEEF

55 Prozent Befragten denken, dass das Rindfleisch für dieses Fleischerzeugnis vermutlich/sicher aus der Region um Ludwigslust stammt.

Laut Angaben des Herstellers stammt das Rindfleisch aus deutscher Landwirtschaft.



- sicher aus der Region (um) Ludwigslust
- vermutlich aus der Region (um) Ludwigslust
- vermutlich nicht aus der Region (um) Ludwigslust
- sicher nicht aus der Region (um) Ludwigslust
- weiß nicht / keine Angabe

Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Sie sehen dieses Produkt bei Ihrem Lebensmitteleinkauf. Was denken Sie, woher das Rindfleisch für dieses Fleischerzeugnis (Corned Beef) stammt?“



Foto © vzbv

HERSTELLUNGSPORT DEUTSCHES CORNED BEEF

52 Prozent der Befragten denken, dass dieses Fleischerzeugnis (vermutlich/sicher) in Region (um) Ludwigslust hergestellt wurde.

Laut Angaben des Herstellers wurde das Produkt in Ludwigslust verarbeitet.



- sicher in der Region (um) Ludwigslust
- vermutlich in der Region (um) Ludwigslust
- vermutlich nicht in der Region (um) Ludwigslust
- sicher nicht in der Region (um) Ludwigslust
- weiß nicht / keine Angabe



Foto © vzbv

Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent
Frage: „Was denken Sie, wo dieses Fleischerzeugnis (Corned Beef) hergestellt wurde?“

SCHWEINEFLEISCH FÜR SCHWARZWÄLDER SCHINKEN („g. g. A.“- PRODUKT)

55 Prozent der Befragten denken, dass das Schweinefleisch für diesen Schinken (vermutlich/sicher) aus dem Schwarzwald stammt.

Laut gesetzlichen Vorgaben muss das Fleisch für diesen Schinken nicht aus dem Schwarzwald stammen. Der Hersteller macht dazu keine Angaben.



- sicher aus dem Schwarzwald
- vermutlich aus dem Schwarzwald
- vermutlich nicht aus dem Schwarzwald
- sicher nicht aus dem Schwarzwald
- weiß nicht / keine Angabe



Foto © vzbv

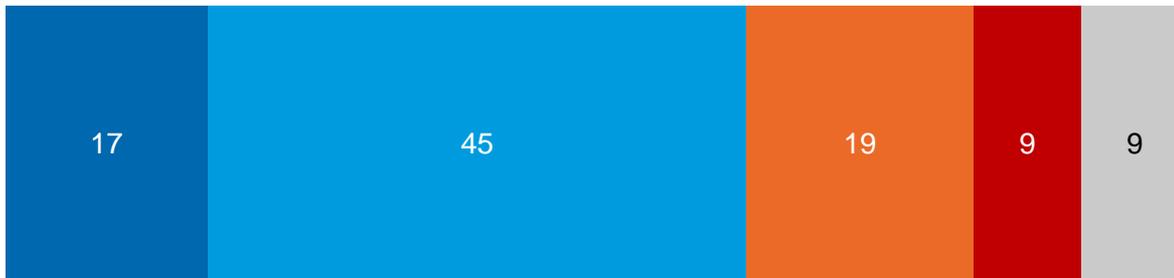
Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Sie sehen dieses Produkt bei Ihrem Lebensmitteleinkauf. Was denken Sie, woher das Schweinefleisch für diesen Schinken stammt?“

HERSTELLUNGSSORT SCHWARZWÄLDER SCHINKEN („g. g. A.“-PRODUKT)

62 Prozent der Befragten denken, dass dieser Schinken (vermutlich/sicher) im Schwarzwald hergestellt wurde.

Laut gesetzlichen Vorgaben muss die Herstellung nicht im Schwarzwald stattfinden. Der Hersteller macht dazu keine Angaben.



- sicher im Schwarzwald
- vermutlich im Schwarzwald
- vermutlich nicht im Schwarzwald
- sicher nicht im Schwarzwald
- weiß nicht / keine Angabe



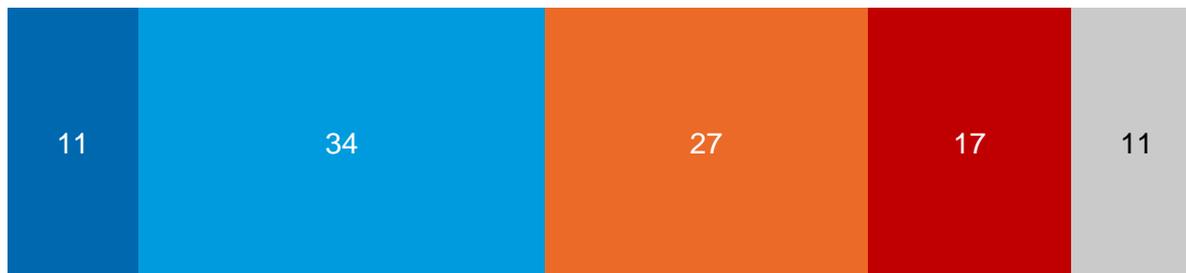
Foto © vzbv

Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent
Frage: „Was denken Sie, wo dieser Schinken hergestellt wurde?“

HERKUNFT MILCH FÜR ALLGÄUER EMMENTALER („g. U.“-PRODUKT)

45 Prozent der Befragten denken, dass die Milch für diesen Käse (vermutlich/sicher) aus dem Allgäu stammt.

Laut gesetzlichen Vorgaben muss die Milch für diesen Käse aus dem Allgäu stammen. Das bestätigt der Hersteller.



- sicher aus dem Allgäu
- vermutlich aus dem Allgäu
- vermutlich nicht aus dem Allgäu
- sicher nicht aus dem Allgäu
- weiß nicht / keine Angabe



Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

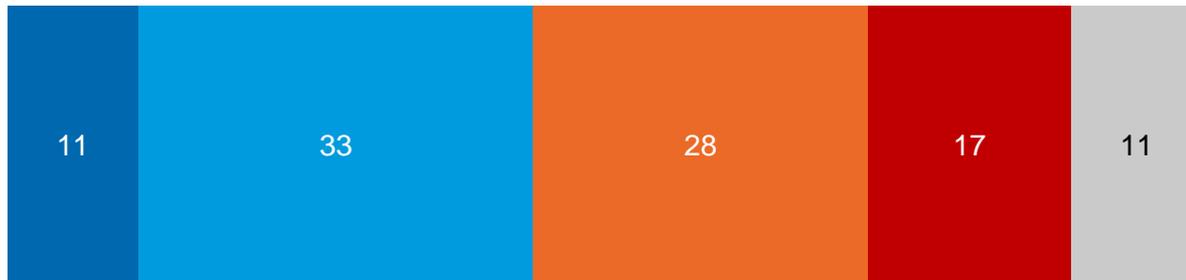
Frage: „Sie sehen dieses Produkt bei Ihrem Lebensmitteleinkauf. Was denken Sie, woher die Milch für diesen Käse stammt?“

Foto © vzbv

HERSTELLUNGORT ALLGÄUER EMMENTALER („g. U.“-PRODUKT)

44 Prozent der Befragten denken, dass dieser Käse (vermutlich/sicher) im Allgäu hergestellt wurde.

Laut gesetzlichen Vorgaben muss dieser Käse im Allgäu hergestellt werden. Das bestätigt der Hersteller.



- sicher im Allgäu
- vermutlich im Allgäu
- vermutlich nicht im Allgäu
- sicher nicht im Allgäu
- weiß nicht / keine Angabe

Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent
Frage: „Was denken Sie, wo dieser Käse hergestellt wurde?“

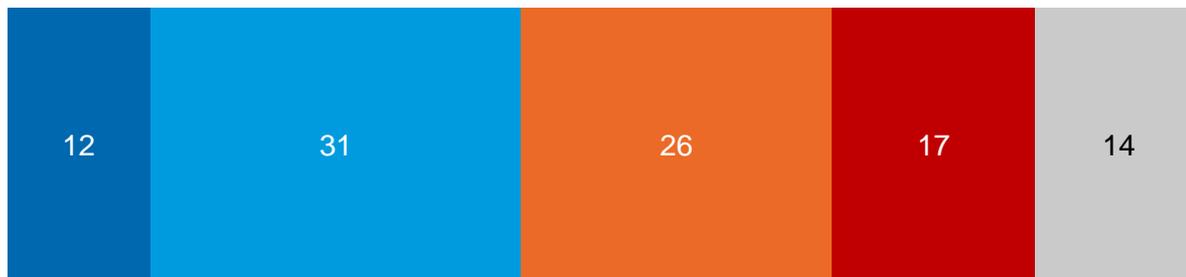


Foto © vzbv

HERKUNFT SCHWEINEFLEISCH FÜR SERRANO-SCHINKEN („g. t. S.“-PRODUKT)

43 Prozent der Befragten denken, dass das Schweinefleisch für diesen Schinken (vermutlich/sicher) nur aus festgelegten spanischen Regionen stammt.

Laut Angaben des Herstellers stammt das Fleisch aus Spanien. Das Unionszeichen "g. t. S." bezieht sich nicht auf einen geografischen Ursprung, sondern hebt die traditionelle Zusammensetzung bzw. Herstellungs- und/oder Verarbeitungsverfahren hervor.



- sicher nur aus festgelegten spanischen Regionen
- vermutlich nur aus festgelegten spanischen Regionen
- vermutlich nicht nur aus festgelegten spanischen Regionen
- sicher nicht nur aus festgelegten spanischen Regionen
- weiß nicht / keine Angabe



Foto © vzbv

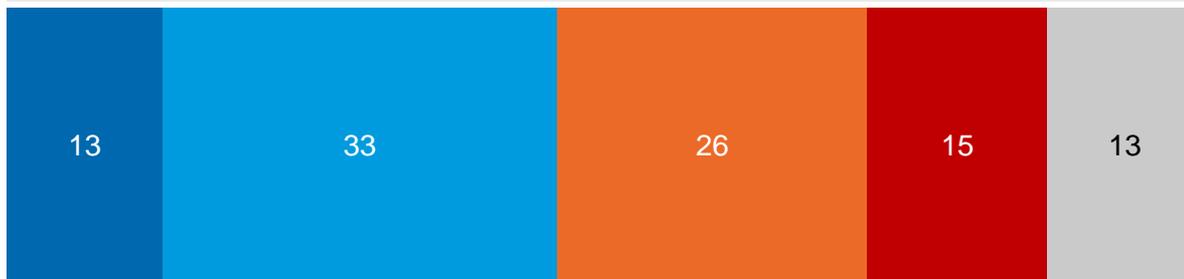
Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent

Frage: „Sie sehen dieses Produkt bei Ihrem Lebensmitteleinkauf. Was denken Sie, woher das Schweinefleisch für diesen Schinken stammt?“

HERSTELLUNGORT SERRANO-SCHINKEN („g. t. S.“-PRODUKT)

46 Prozent der Befragten denken, dass dieser Schinken (vermutlich/ sicher) nur in festgelegten spanischen Regionen hergestellt wurde.

Laut Angaben des Herstellers wurde der Schinken in Spanien hergestellt. Das Unionszeichen "g. t. S." bezieht sich nicht auf einen geografischen Ursprung, sondern hebt die traditionelle Zusammensetzung bzw. Herstellungs- und/oder Verarbeitungsverfahren hervor.



- sicher nur in festgelegten spanischen Regionen
- vermutlich nur in festgelegten spanischen Regionen
- vermutlich nicht nur in festgelegten spanischen Regionen
- sicher nicht nur in festgelegten spanischen Regionen
- weiß nicht / keine Angabe



Foto © vzbv

Basis: 1.009 Teilnehmer:innen einer Online-Befragung; Angaben in Prozent
Frage: „Was denken Sie, wo dieser Schinken hergestellt wurde?“

Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.
Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin
lebensmittel@vzbv.de
www.vzbv.de

verbraucherzentrale
Bundesverband