



41%

Kritisch

Für 41% der Konsumenten gelten Produkte als regional, wenn sie aus einem Umkreis von 100 Kilometern stammen.

Der Konsument kauft Naheliegendes

Warum regional das bessere Bio ist, und wie der stationäre Handel diese Präferenz optimal nutzen kann.

Gastbeitrag

•• Von Rudolf Trettenbrein

Den Trend zu regionalen Lebensmitteln sollten Einzelhändler nutzen, denn mit der erhöhten Zahlungsbereitschaft der Kunden für lokale Erzeugnisse lassen sich die

Margen steigern. Damit Regionalität für den Verbraucher authentisch bleibt und langfristiger Erfolg verspricht, gibt es einige wichtige Regeln für den Einkauf und das Category Management. Lebensmittelhändler nutzten in der Vergangenheit die erhöhte Zahlungsbereitschaft der Kunden für Bio-Produkte, um ihre

Margen zu verbessern. Mittlerweile ist der Bedarf an Bio-Produkten jedoch so groß, dass auch bei deren Herstellung *konventionelle* Methoden wie Massenproduktion und Ernteoptimierung zum Einsatz kommen.

Mit Einzug des Bio-Siegels in große Supermarktketten und Discounter häuften sich die Skan-

dale rund um die klassischen „Bio-Versprechen“ Qualität, Umweltbewusstsein und Tierwohl – unter anderem Bio-Eier und -Fleisch aus Massentierhaltung oder mit Keimen kontaminiertes Gemüse. Entsprechend wenig überrascht der Verlust des Kundenvertrauens in das zunehmend unzuverlässige Bio-Siegel.